



POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-50-30-No.502-2019

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

PROYECTOS DE DESARROLLO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA
PARA EMPRESAS RETAIL DE LA CIUDAD DE QUITO CON LA
IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS DIGITALES.

AUTOR:

CRISTIAN ADALBERTO VILLALTA BARBA

DIRECTORA:

LUZ MARITZA PEÑA MONTENEGRO

QUITO - ECUADOR
2021

Autor/a:



Cristian Adalberto Villalta Barba

Ingeniero Contabilidad y Auditoría

Candidato a Magíster en Administración de Empresas, Mención
Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica Salesiana –
Sede Quito.

cvillaltab@est.ups.edu.ec

Dirigido por:



Luz Maritza Peña Montenegro

Ingeniera Comercial

Magíster en Dirección Internacional de Empresas MBA

lpenam@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2021 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

VILLALTA BARBA CRISTIAN ADALBERTO

***ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PARA EMPRESAS RETAIL DE
LA CIUDAD DE QUITO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS
DIGITALES.***

Resumen

El presente proyecto, tiene el interés común de garantizar el servicio de mantenimiento y limpieza a empresas Retail de la ciudad de Quito, generando innovación desde el inicio de sus actividades, y aportando con valores agregados como el uso de una herramienta digital para el control, seguimiento y oportuna toma de decisiones de estas actividades y la posibilidad de llegar a este segmento de empresas.

El proyecto de desarrollo consta de diez capítulos que son:

Capítulo 1: Introducción
Capítulo 2: Marco Referencial
Capítulo 3: Diagnostico Situacional
Capítulo 4: Factibilidad Comercial
Capítulo 5: Estudio legal y Técnico
Capítulo 6: Estudio Organizacional
Capítulo 7: Estudio Económico-Financiero
Capítulo 8: Evaluación del Proyecto
Capítulo 9: Propuesta de Aplicación
Capítulo 10: Conclusiones y Recomendaciones

En la ciudad de Quito el servicio de mantenimiento y limpieza en la actualidad a generado una oferta amplia, el desarrollo que se de a esta nueva empresa con nuevas estrategias y a un único segmento hace que este proyecto sea interesante hacia la demanda de este servicio.

Con el análisis de la oferta y la demanda, se determina que la demanda insatisfecha es de 155 empresas Retail, y para el desarrollo del proyecto se considera el 10% de esta demanda insatisfecha.

Los precios están calculados en base a hora-hombre con todos los equipos necesarios para realizar el servicio sea de mantenimiento o limpieza. Estos precios pueden variar dependiendo el proyecto que se vaya a ejecutar y los posibles escenarios que el cliente desee acceder.

En el estudio técnico la factibilidad y facilidad de crear la empresa como persona jurídica, con el tipo de compañía de responsabilidad limitada (**CIA.LTDA.**).

Se establecen los principales procesos para que la empresa tenga fluidez, agilidad, eficiencia y alta productividad hacia el cliente final.

La inversión para este proyecto es de \$119.488, lo cual el 46% es aporte propio (buscar alternativas de ingreso) y el 54% es aporte de una entidad bancaria, en este caso una cooperativa. Los gastos proyectados para el primer año son de \$101.033 y las ventas proyectadas son de \$ 127.402, generando una utilidad neta de \$16.810.

Los indicadores financieros como VAN que son positivos por un valor de \$ 270.780 y una TIR del 45.54%, lo que garantizan la viabilidad del proyecto.

Palabras Clave: Limpieza, Mantenimiento, Retail, Facility Management, aplicación.

Abstract

This project has the common interest of guaranteeing the maintenance and cleaning service to Retail companies in the city of Quito, generating innovation from the beginning of their activities, and providing added values such as the use of a digital tool for control, monitoring and timely decision-making of these activities and the possibility of reaching this segment of companies.

The development project consists of ten chapters that are:

Chapter 1: Introduction
Chapter 2: Reference Framework
Chapter 3: Situational Diagnosis
Chapter 4: Commercial Feasibility
Chapter 5: Legal and Technical Study
Chapter 6: Organizational Study
Chapter 7: Economic-Financial Study
Chapter 8: Project Evaluation
Chapter 9: Application Proposal
Chapter 10: Conclusions and Recommendations

In the city of Quito, the maintenance and cleaning service has currently generated a wide offer, the development that is given to this new company with new strategies and a single segment makes this project interesting towards the demand for this service.

With the analysis of supply and demand, it is determined that the unsatisfied demand is of 155 Retail companies, and for the development of the project, 10% of this unsatisfied demand is considered.

Prices are calculated on a man-hour basis with all the equipment necessary to perform the service, be it maintenance or cleaning. These prices may vary depending on the project to be executed and the possible scenarios that the client wishes to access.

In the technical study the feasibility and ease of creating the company as a legal entity, with the type of limited liability company (**CIA.LTDA.**).

The main processes are established so that the company has fluidity, agility, efficiency and high productivity towards the end customer.

The investment for this project is \$ 119,488, of which 46% is its own contribution (looking for income alternatives) and 54% is a contribution from a bank, in this case a cooperative. Projected expenses for the first year are \$ 101,033 and projected sales are \$ 127,402, generating a net profit of \$ 16,810.

Financial indicators such as NPV that are positive for a value of \$ 270,780 and an IRR of 45.54%, which guarantee the viability of the project.

Keywords: Cleaning, Maintenance, Retail, Facility Management, application.

Contenido

Capítulo 1	1
1.1.- Introducción	1
1.2.- Determinación del Problema	1
1.2.1 Problema General	2
1.2.2 Problemas Específicos	2
1.3.- Justificación	2
1.4.- Objetivos	2
1.4.1.- Objetivos Generales	2
1.4.2.- Objetivos Específicos.....	3
Capítulo 2	4
2.- Marco Referencial	4
2.1.- Definición de Retail	4
2.1.1.- Clasificación de empresas Retail.....	4
2.2.- Definición de Servicio de limpieza y mantenimiento	5
2.2.1.- Tipos de limpieza y mantenimiento.....	5
2.3.- Panorama del Retail y el sector de mantenimiento y limpieza	6
2.3.1.- Historia de la Limpieza	6
2.3.2.- Actualidad de la Limpieza	6
2.3.3.- Historia del Mantenimiento.....	6
2.3.4.- Actualidad del Mantenimiento	7
2.4.- Teoría Administrativa	7
2.4.1 Tendencia Administrativa Outsourcing.....	7
2.4.2 Tendencias Administrativas: Benchmarking.	7
2.5.- Análisis comercial	8
2.5.1 Análisis FODA	8
2.6.- Marco Conceptual	8
2.7.- Variables	9
2.8. Metodología	9
2.8.1 Metodología Cuantitativa	9
2.8.2 Metodología Cualitativa	10
Capítulo 3	11
3.- Diagnostico situacional	11
3.1.- Tendencias en el sector de limpieza y mantenimiento.	11

3.1.1.- Gestión de la instalación de Outsourcing	11
3.1.2.- Valor integrado	11
3.1.3.- Estrategia laboral	11
3.1.4.- Tecnología	11
3.1.5.- Aparición de robots.....	12
3.1.6.- Realidad aumentada	13
3.1.7.- Sostenibilidad ambiental y social.....	13
3.2.- Macro ambiente	13
3.2.1.- Factor Económico.....	14
3.2.2.- Factor tecnológico.....	14
3.2.3.- Factor ambiental	14
3.2.- Microambiente	14
3.2.1.- Empleados.....	15
3.3.- Factores asociados a las fuerzas de Porter	15
3.3.1.- Factor Competencia en el Ecuador	16
3.3.2.- Amenaza de productos/servicios sustitutos	17
3.3.3.- Clientes.....	18
3.3.4.- Proveedores	19
3.3.5.- Rivalidad entre competidores actuales.....	22
Capítulo 4	25
4.- Factibilidad Comercial	25
4.1.- Determinación de la demanda	25
4.1.1.- Localización	25
4.1.2.- Segmentación del mercado	30
4.1.3.- Determinación de mercado objetivo.	32
4.1.4.- Determinación de la muestra	32
4.1.5.- Diseño de la Encuesta	34
4.1.6.- Análisis de la Encuesta	35
4.1.7.-Análisis de la Demanda	42
4.1.8.-Análisis de la Oferta	42
4.1.9.- Demanda Insatisfecha.....	43
4.1.10.- 4 P's del Marketing	44
Capítulo 5	46
5.- Estudio Legal y técnico	46
5.1.- Estudio Legal.....	46
5.1.1.- Constitución de la empresa.	46

5.1.2.- Contratos de trabajo	48
5.2.- Estudio técnico	48
5.2.1.- Infraestructura e instalaciones y Espacio.....	49
5.2.2.- Equipos & Suministros	52
5.3.- Procesos del servicio de limpieza y mantenimiento.	55
5.3.1.- Proceso de captación de clientes.....	55
5.3.2.- Proceso de adquisición productos para servicio de limpieza y mantenimiento	56
5.3.3.- Proceso de Limpieza general	58
5.3.4.- Proceso de mantenimiento emergente	59
5.4.- Actividades varias de limpieza y mantenimiento	60
Capítulo 6	61
6.- Estudio organizacional	61
6.1.- Filosofía de la empresa	61
6.1.1.- Visión.....	61
6.1.2.- Misión.....	61
6.1.3.- Objetivos Empresariales.....	61
6.1.4.- Principios y valores.....	61
6.2.- Estructura organizacional.....	63
6.2.1.- Organigrama estructural	64
6.2.2.- Organigrama funcional.....	64
Capítulo 7	67
7.- Estudio Económico-Financiero.....	67
7.1.- Presupuesto de Inversiones:.....	67
7.1.1.- Activos Fijos.....	67
7.1.2.- Capital de Trabajo	69
7.1.3.- Calculo de costos operación	70
7.1.4.- Calculo de gastos administrativos.....	75
7.1.5.- Calculo de gastos Ventas.....	78
7.2.- Financiamiento de inversión.....	79
7.2.1.- Fuentes y Usos	79
7.2.2.- Fuentes de Financiamiento.....	79
7.2.3.- Gastos Financieros	80
7.2.4.- Resumen de Costos y Gastos	82
7.2.5.-Clasificación de costos fijos y variables.....	82
7.2.6.-Proyección de Costos	83
7.3.- Ingresos.....	83

7.3.1.- Proyección de Ventas.....	83
7.3.2.- Determinación precio de Venta	84
7.3.3.- Determinación punto de equilibrio.....	85
Capítulo 8	86
8.- Evaluación del proyecto	86
8.1.- Estado de Situación Inicial	86
8.2.- Estado de Resultados	86
8.3.- Flujo de Caja Proyectado	87
8.4.- Método de Evaluación	88
8.4.1.- Cálculo de TMAR	88
8.4.2.- Cálculo del VAN.....	88
8.4.3.- Cálculo del TIR.....	89
8.4.4.- Cálculo del Índice de Deseabilidad.....	89
8.4.5.- Cálculo Período de Recuperación	89
8.4.6.- Cálculo Costo Capital.....	90
Capítulo 9	91
9.- Propuesta aplicación	91
9.1.- Objetivo	91
9.2.- Propuesta de valor	91
9.3.- Alcance.....	92
9.4.- Aplicación para servicio de limpieza y mantenimiento	92
9.5.- Estrategias de negocio	92
9.6.- Plan de trabajo	93
Capítulo 10	94
10.- Conclusiones y Recomendaciones	94
10.1.- Conclusiones.....	94
10.2.- Recomendaciones	95
Bibliografía	96

Índice Gráficos

Gráfico N°1	8
Gráfico N°2	12
Tipos de Limpieza	12
Gráfico N°3	13
Factores externos.....	13
Gráfico N°4	15
Factores vs FODA Ecuador	15
Gráfico N°5	16
Gráfico ADN del Factor competencia.....	16
Gráfico N°6	18
Empresas por sector.....	18
Gráfico N°7	28
Proceso de calificación factores	28
Gráfico N°8	33
Empresas por Sector	33
Gráfico N°9	35
Tipo empresas	35
Gráfico N°10	35
Contratación.....	35
Gráfico N°11	36
Satisfacción.....	36
Gráfico N°12	36
Frecuencia	36
Gráfico N°13	37
Creación enfocadas en Retail	37
Gráfico N°14	37
Contratación del servicio.....	37
Gráfico N°15	38
Factores de servicio.....	38
Gráfico N°16	38
Exigencias para servicio.....	38
Gráfico N°17	39
Control y monitoreo.....	39
Gráfico N°18	39
Aprobación de aplicación	39
Gráfico N°19	40
Forma de pago	40
Gráfico N°20	40
Competencia	40
Gráfico N°21	41
Tecnología vs MO	41
Gráfico N°22	41
Ubicación del servicio.....	41

Gráfico N°23	51
Plano con propuestas de Distribución Instalaciones	51
Gráfico N°24	56
Captación Clientes.....	56
Gráfico N°25	57
Adquisición de producto	57
Gráfico N°26	57
Reposición de Producto	57
Gráfico N°27	58
Limpieza en General.....	58
Gráfico N°28	59
Mantenimiento Emergente.....	59
Gráfico N°29	62
Principios de la empresa	62
Gráfico N°30	63
Valores de la empresa	63
Gráfico N°31	64
Organigrama estructural	64
Gráfico N°32	65
Organigrama funcional.....	65
Gráfico N°33	91
Propuesta valor	91

Índice Cuadros

Cuadro N°1	16
Ponderación Factores.....	16
Cuadro N°2	17
Factores amenaza de nuevos competidores.....	17
Cuadro N°3	18
Factores amenaza nuevos productos.....	18
Cuadro N°4	19
# Clientes Retail.....	19
Cuadro N°5	19
Factores de decisión clientes	19
Cuadro N°6	20
Factores de decisión proveedores	20
Cuadro N°7	20
Proveedores aliados Limpieza	20
Cuadro N°8	21
Proveedores de APP	21
Cuadro N°9	21
Proveedores aliados Mantenimiento.....	21
Cuadro N°10	22
Oferta actual	22
Cuadro N°11	23
Factores rivalidad	23
Cuadro N°12	23
Evaluación de factores	23
Cuadro N°13	23
Valoración Fuerzas Porter	23
Cuadro N°14	28
Clasificación de los Sectores.....	28
Cuadro N°15	29
Puntuación e interpretación de sectores.....	29
Cuadro N°16	29
Matriz de decisiones por sector	29
Cuadro N°17	31
Segmentación del mercado, variables y características	31
Cuadro N°18	32
Universo en Ecuador	32
Cuadro N°19	33
Universo en Quito	33
Cuadro N°20	34
Fórmula para determinar tamaño muestra	34
Cuadro N°21	42
Demanda por sector.....	42

Cuadro N°22	42
Oferta por sector limpieza y mantenimiento.....	42
Cuadro N°23	44
Demanda Insatisfecha	44
Cuadro N°24	49
Distribución de espacio para recepción y atención al cliente	49
Cuadro N°25	50
Distribución de espacio para capacitación.....	50
Cuadro N°26	50
Distribución de espacio para servicios básicos	50
Cuadro N°27	50
Distribución de espacio para departamento comercial y operativo.....	50
Cuadro N°28	51
Distribución de espacio para departamento administrativo	51
Cuadro N°29	51
Espacio para bodega	51
Cuadro N°30	51
Capacidad por ubicación	52
Cuadro N°31	52
Detalle Muebles y Enseres	52
Cuadro N°32	52
Detalle Equipo de Cómputo	52
Cuadro N°33	53
Detalle Equipo de Oficina.....	53
Cuadro N°34	53
Detalle Suministros limpieza	53
Cuadro N°35	53
Detalle Suministros Oficina	53
Cuadro N°36	53
Detalle Suministros Cafetería.....	53
Cuadro N°37	54
Detalle Maquinaria y Equipo.....	54
Cuadro N°38	54
Detalle Suministros Limpieza	54
Cuadro N°39	55
Detalle Suministros Limpieza Biodegradables	55
Cuadro N°40	67
Presupuesto Inversión.....	67
Cuadro N°41	67
Activos Fijos.....	67
Cuadro N°42	68
Activos fijos tangibles.....	68
Cuadro N°43	69
Activos fijos diferidos	69
Cuadro N°44	69
Capital de Trabajo	69
Cuadro N°45	70
Capital de trabajo por ciclo de caja	70

Cuadro N°46	70
Costos de Operación	70
Cuadro N°47	70
COD	70
Cuadro N°48	71
Productos Químicos	71
Cuadro N°49	71
Materiales directos	71
Cuadro N°50	72
MOD	72
Cuadro N°51	72
COI	72
Cuadro N°52	73
Mano de Obra Indirecta	73
Cuadro N°53	73
Uniformes.....	73
Cuadro N°54	73
Suministros de Bioseguridad.....	73
Cuadro N°55	73
Suministros Mantenimiento	73
Cuadro N°56	74
Mantenimiento activos fijos	74
Cuadro N°57	74
Depreciación activos fijos.....	74
Cuadro N°58	75
Seguro de activos fijos.....	75
Cuadro N°59	75
Gastos administrativos.....	75
Cuadro N°60	75
Arriendo Oficina	75
Cuadro N°61	76
Servicios básicos.....	76
Cuadro N°62	76
Suministros de oficina	76
Cuadro N°63	76
Depreciación activos fijos instalaciones.....	76
Cuadro N°64	77
Seguro activos fijos de instalaciones.....	77
Cuadro N°65	77
Remuneración Administración.....	77
Cuadro N°66	78
Gastos de Ventas.....	78
Cuadro N°67	78
Movilización	78
Cuadro N°68	79
Gasto Publicidad.....	79
Cuadro N°69	79
Fuentes y Usos	79

Cuadro N°70	80
Tabla amortización	80
Cuadro N°71	82
Resumen costos y gastos	82
Cuadro N°72	82
Costos fijos y variables	82
Cuadro N°73	83
Proyección de Costos	83
Cuadro N°74	83
Proyección Ventas	83
Cuadro N°75	84
Precio de Venta	84
Cuadro N°76	86
BSI	86
Cuadro N°77	87
Estado Resultados Proyectado	87
Cuadro N°78	87
Flujo Caja Proyectado	87
Cuadro N°79	88
Tmar	88
Cuadro N°80	88
Van	88
Cuadro N°81	89
Índice de deseabilidad	89
Cuadro N°82	89
Período de Recuperación	89
Cuadro N°83	90
CPP	90

Capítulo 1

1.1.- Introducción

Los servicios complementarios son definidos como todas las actividades que una persona o empresa deben realizar en un determinado lugar y en un tiempo específico.

Estas constituyen actividades complementarias en Ecuador las de vigilancia-seguridad, alimentación, mensajería, electricidad, limpieza y trabajos menores.

“Retail es una palabra de **origen inglés** que se usa para referir el comercio al detalle, es decir, la venta de productos al consumidor final”.¹ Se debe mencionar que para ser una Retail, debe contar con todo un proceso logístico, que tenga un centro de distribución, transporte y canal de distribución físico, al mismo tiempo adaptándose al nuevo mundo o era digital.

A esto se suma el esfuerzo que se genera por brindar múltiples servicios complementarios, que permita generar comodidad, limpieza, y buen ambiente visual hacia los clientes, esto hace que cada empresa gaste tiempo y recursos en estas actividades complementarias, con ello no se permite centrarse en su Core de negocio de una manera más efectiva.

Este estudio de factibilidad permite analizar la situación actual de empresas vigentes que se encuentran prestando sus servicios complementarios como: limpieza, electricidad y obra menores entre otros, ver su debilidades y oportunidades, a su vez aportar al desarrollo socioeconómico de personas que se incluyen en este proyecto.

El ritmo de trabajo de los departamentos especialistas en brindar estos servicios es acelerado, lo cual en ocasiones no permite una adecuada toma de decisiones , sobre todo en este ámbito que es principal, por esta razón , utilizar la tecnología permite ser una herramienta que aporta a un mejor control y optimizar las estrategias de trabajo.

En la actualidad en el Ecuador, existen empresas de limpieza , sin embargo, en cadenas como Etafashion, RM, Banco Pichincha, Banco Produbanco, o centros comerciales como CCI, DK Management con sus cadenas, recurren constantemente al cambio de proveedores de estos servicios debido a la entrega del servicio prestado (debido a costos, el servicio es lento, no cumplen con todas las disposiciones del código de trabajo.),por lo que esto es una brecha para poder analizar los servicios complementarios en nuestro país en estos tiempos de cambio o de nueva normalidad. De acuerdo con el informe de revista EKOS del país, se cuenta con 187 cadenas Retail en la ciudad de Quito, diversificada en varios sectores de venta al por menor de productos o servicios.

1.2.- Determinación del Problema

¹ <https://www.significados.com/retail/>

1.2.1 Problema General

¿De qué manera se puede generar soluciones inmediatas en el servicio de mantenimiento y limpieza que se presentan día a día en cadenas Retail de la ciudad de Quito por medio de una herramienta digital?

1.2.2 Problemas Específicos

¿Cómo mejorar la supervisión de las actividades en el servicio de mantenimiento y limpieza a cadenas Retail de la ciudad de Quito?

¿Cómo tener información en línea para una óptima toma de decisiones, con reportes, insumos, kpi's, metodología de trabajo, memoria fotográfica?

¿Cómo mejorar las técnicas de servicio de mantenimiento y limpieza para optimizar tiempo y obtener mejores resultados?

¿Cómo evitar recurso humano a futuro como tendencia a la nueva era tecnológica?

1.3.- Justificación

El presente análisis, pretende crear una empresa que brinde servicios de mantenimiento y limpieza a empresas Retail en la ciudad de Quito, que permita aprovechar las nuevas circunstancias que se viene dando por la pandemia COVID-19, estos servicios actualmente tienen una alta demanda, abriendo un mercado amplio a nivel empresarial de las cadenas Retail de la ciudad de Quito.

Con el presente proyecto de investigación se propone dar soluciones a problemas que se presenta el día a día en cadenas Retail de la ciudad de Quito, con herramientas tecnológicas que permita tomar decisiones y agregar valor a sus ejecutivos, así mismo se empleará recursos biodegradables y/o reciclados para ser una empresa amigable con el ambiente. Se suma al presente proyecto la fuente de empleo que esta puede desarrollar para familias de la ciudad de Quito.

1.4.- Objetivos

1.4.1.- Objetivos Generales

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de mantenimiento y limpieza para empresas Retail de la ciudad de Quito con la implementación de herramientas digitales, reflejando altos estándares de calidad y compromiso hacia los clientes.

1.4.2.- Objetivos Específicos

1.4.1.1- Elaborar un estudio de mercado que indique la oferta y demanda de empresas que brinden mantenimiento y limpieza a cadenas Retail de la ciudad de Quito, para viabilizar el proyecto.

1.4.1.2- Realizar un diagnóstico de la situación actual de las empresas que presten los servicios de mantenimiento y limpieza a cadenas Retail en la ciudad de Quito.

1.4.1.3- Identificar los valores agregados que requiere una empresa Retail de la ciudad de Quito, en los servicios de mantenimiento y limpieza para generar estrategias de mejora y garantizar estándares de calidad y compromiso hacia los clientes.

1.4.1.4- Implementar una herramienta digital, identificando los factores que permita brindar servicios de mantenimiento y limpieza a cadenas Retail de la ciudad de Quito de una forma más ágil y eficaz.

Capítulo 2

2.- Marco Referencial

2.1.- Definición de Retail

Retail es utilizado para todo comercio minorista, es decir que se centra en la venta de productos al detalle. Este mercado ha ido creciendo lo cual engloba cadenas como supermercados, tiendas departamentales, centros comerciales y entidades financieras con sus sucursales.²

2.1.1.- Clasificación de empresas Retail.

2.1.1.1.- Según los productos comercializados

- Retail comestible:
 - Ejemplo: Super mercado Santa María
- Retail no comestibles:
 - Ejemplo: Almacenes Kiwi
- Retail Financiero:
 - Ejemplo: Banco Pichincha

2.1.1.2.- Según los mercados atendidos.

- Tiendas departamentales:
 - Ejemplo: Almacenes De Prati
- Multitiendas:
 - Ejemplo: Supermercados Aqui
- Tiendas especialistas:
 - Ejemplo: Almacenes Marathon
- Hipermercados:

² Cevallos Navia, G. (2011). "Proyecto de inversión para la creación de una empresa comercializadora de textiles, mediante la gestión de un modelo de negocio innovador de venta al detalle (Retail). (Tesis fin de grado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4990>

➤ Ejemplo: Megamaxi

- Cadenas especialistas
- Tiendas de conveniencia:
 - Ejemplo: Mango

2.1.1.3.- Según su forma de venta.

- Comercio tradicional
 - Ejemplo: Almacenes de electrodomésticos
- Comercio de libre Servicio
 - Ejemplo: Super mercados Santa María
- Comercio mixto
 - Ejemplo: Megamaxi: Venta de artículos de primera necesidad y sección de tecnología.

2.2.- Definición de Servicio de limpieza y mantenimiento

Se define al servicio de limpieza como el proceso para ejecutar varias actividades y dejar las áreas físicas en orden y limpias.

De igual forma se define servicio de mantenimiento al proceso que se realiza para ejecutar actividades preventivas, correctivas para el buen funcionamiento y aplazamiento de su vida útil de bienes tangibles que una organización adquiere.

Dentro de este contexto, los dos servicios se complementan el uno del otro para generar en la actualidad servicios complementarios o servicios generales comúnmente llamados, lo cual aporta al desenvolvimiento del Core del negocio de una organización. De estos dos servicios depende que el resto de organización haga más eficiente sus actividades.

2.2.1.- Tipos de limpieza y mantenimiento.

2.2.1.1.- Tipos de Limpieza por sector

- Limpieza del sector Hogar
- Limpieza del sector Industrial
- Limpieza a empresas del sector Retail
- Limpieza sector de la Salud.

2.2.1.2.- Tipos de mantenimiento

- Mantenimiento Predictivo
- Mantenimiento Preventivo
- Mantenimiento Correctivo

2.3.- Panorama del Retail y el sector de mantenimiento y limpieza

El Retail a nivel Latinoamericano tendrá un crecimiento constante pero pausado a la vez por la crisis sanitaria que viene afectando a todo el mundo y que se espera que para el año 2024 vuelva todo a la normalidad. Esto conlleva a los Retail que siguen su camino a generar estrategias de innovación.

Las cadenas Retail tienen el gran reto de continuar con su ventas de dos formas:

- 1.- Como tendencia la venta on-line que representa el futuro
- 2.- Como enfrentar la transaccionalidad física en sus espacios ya establecidos, por lo que aplicar estrategias de una mejor experiencia será el valor agregado para que sobrevivan las tiendas Retail de cara al futuro.

2.3.1.- Historia de la Limpieza

Los primeros datos que se tiene en cuanto a la práctica de funciones de saneamiento se remontan al menos 7.000 años atrás. Podemos encontrarlo en las civilizaciones de babilonios, egipcios, griegos y romanos. Los arqueólogos encontraron jabón hace uno 4.800 años en lo que entonces era Babilonia. El jabón era un producto de primera necesidad para la antigua civilización, que lo utilizó con fines médicos y de limpieza. También descubrieron que el agua contaminada podía causar enfermedades. Trajeron agua fresca todos los días. El Médico Hipócrates descubrió que la limpieza podría prevenir las infecciones.³

2.3.2.- Actualidad de la Limpieza

En el siglo XIX se produce una revolución en Europa, donde se promueve la higiene pública para evitar focos de enfermedades y mejorar la salud de cada uno de sus habitantes. Una vez madurada esta política de higiene publica, se empieza en el siglo XX a aplicar la limpieza desde cada uno de nuestros hogares, incluyendo los avances que permite tener una higiene tanto pública como privada hasta la actualidad en el siglo XXI donde tenemos varios productos y servicios de limpieza.⁴

2.3.3.- Historia del Mantenimiento

Según Santiago García Garrido, (2003), el mantenimiento nace durante la primera revolución industrial (segunda mitad del siglo XVII). En la segunda guerra mundial nace el concepto de fiabilidad (RCM) de un equipo, con esto nacen los términos de mantenimiento correctivo y más adelante el término de mantenimiento preventivo (inicios del siglo XX). En los años 80 aparece el TPM (mantenimiento productivo total) tratando de definir que tareas debe llevar a cabo el departamento de mantenimiento o el departamento de producción.⁵

³ <https://www.acuamar.es/una-breve-historia-de-la-limpieza/>

⁴ <https://www.acuamar.es/una-breve-historia-de-la-limpieza/>

⁵ <https://movilgmao.es/breve-historia-mantenimiento/>

2.3.4.- Actualidad del Mantenimiento

Según Santiago García Garrido, (2003), la digitalización de procesos y la innovación tecnológicas, ha permitido avanzar con las tareas de mantenimiento, sumándose un nuevo termino al de preventivo y correctivo llamado predictivo. Esta evolución permite a las organizaciones funcionar correctamente y alargar la vida útil de todo lo que conlleva mantenimiento con la aplicación de herramientas digitales.

2.4.- Teoría Administrativa

Según **P. Terry** (julio 30, 2016).⁶“Consiste en lograr un objetivo predeterminado, mediante el esfuerzo ajeno”.

2.4.1 Tendencia Administrativa Outsourcing

Es el proceso en el cual una empresa contrata los servicios de otra para realizar ciertas tareas o actividades. Sus características son la transferencia de responsabilidades, disminución de costos, y aumento de productividad.⁷

2.4.1.1 Enfoque de servicios de mantenimiento y limpieza en la administración.

Se da desde la necesidad de un usuario-departamento de una empresa, donde se debe recopilar toda información y ordenar la misma. Una vez realizado esta actividad se procede a registrar toda esta información, para en su posterior paso planificar el servicio y programar el mismo de acuerdo con la necesidad establecida por la administración. Terminado estos eventos se analiza por medio de kpi's los resultados y generar nuevas estrategias para obtener eficiencia y eficacia hacia el usuario final.

2.4.2 Tendencias Administrativas: Benchmarking.

Es la herramienta que permite comparar procesos, productos (bienes o servicios) que utiliza, vende o compra otra empresa. Sus características es aumentar el nivel de calidad del bien o servicio, reduciendo tiempos, papeleo entre otros.⁸

2.4.2.1 Enfoque de sistemas en la administración.

En las organizaciones, la tecnología es un factor clave en las tareas y responsabilidades de sus miembros, pues esta ayuda a determinar las tareas según el cargo que se posee.

La tecnología, específicamente en la entrega de un servicio de grandes grupos, impone su propio tiempo, es decir, requiere de una puntualidad estricta para comenzar y mantener el ritmo de trabajo en un lugar.

La automatización es la fase actual de una tendencia hacia el futuro que emplea una mayor complejidad y modernización de las tecnologías destinadas a la

⁶ El pensante.com (julio 30, 2016). G.P Terry, concepto de Administración. Bogotá: E Cultura Group.

⁷ <https://www.mindmeister.com/es/829497418/teor-as-y-tendencias-de-la-administraci-n?fullscreen=1>

⁸ <https://www.mindmeister.com/es/829497418/teor-as-y-tendencias-de-la-administraci-n?fullscreen=1>

producción de bienes o servicios. Contiene la vinculación de los procesos de control computarizados y la maquinaria en un sistema integrado de producción.⁹

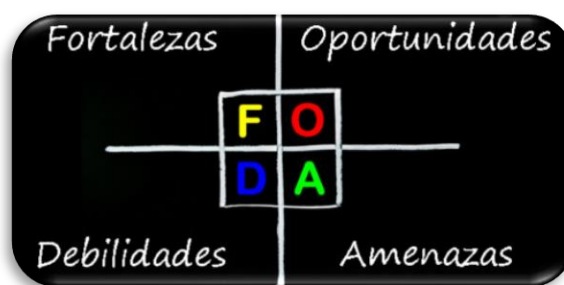
2.5.- Análisis comercial

Para una correcta base en el desarrollo del concepto y valor de la marca se necesita un amplio conocimiento de las empresas Retail en la ciudad de Quito, en la que se brindará los servicios de mantenimiento y limpieza con herramientas digitales por lo que se utilizará el siguiente análisis.

2.5.1 Análisis FODA

El análisis FODA, es un método mediante el cual se estudia la situación de una empresa o proyecto que se quiere llevar a cabo, este análisis estudia situaciones internas y externas de una empresa. El proceso del análisis supone describir como estos cuatro factores afectan a su empresa.

Gráfico N°1



Fuente: Imágenes de Internet

2.6.- Marco Conceptual

Estudio de factibilidad: Es un análisis a detalle que sirve para recopilar datos que sumen importancia al desarrollo de un determinado proyecto, y en base a ello tomar las mejores decisiones.¹⁰

Empresa: Una empresa se puede empezar con una o varias personas que tiene o comparten uno o unos objetivos comunes, con el fin de obtener beneficios.¹¹

Proveedor: Se trata de la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad.¹²

Servicio complementario: Son actividades que se da para satisfacer una o varias necesidades de uno o varios clientes, brindando un producto intangible y personalizado.

⁹ Ariza, G. (2013, Mayo 7). Impacto de La Tecnología en la administración.

¹⁰ <https://es.slideshare.net/rafaelmartinezarate1/factibilidad-de-proyecto>

¹¹ <https://definicion.de/empresa/>

¹² <https://definicion.de/proveedor/>

APP: Una App es una aplicación de software que se instala en dispositivos móviles, mismo que sirve a determinados clientes a gestionar de mejor manera su o sus actividades de manera más oportuna y eficiente.¹³

Retail: Se define como un tipo de comercio que se caracteriza por vender varios productos al por menor.

Mantenimiento: Conservación de una cosa por medio de tratamientos que con el paso del tiempo o uso no se afecte.

IoT: Internet de las cosas. Internet ha evolucionado rápidamente y esto ha permitido que IoT sea ya una realidad y no sólo una visión de futuro. La fama de esta tecnología radica principalmente en todas las aplicaciones y posibilidades que nos proporciona tanto para mejorar tanto la vida cotidiana de las personas como los entornos empresariales, dónde ya se está implantando desde hace algún tiempo.¹⁴

2.7.- Variables

Independiente	Está en función de la demanda de las Cadenas Retail de la ciudad de Quito.
Dependiente	Rentabilidad del proyecto

2.8. Metodología

Dentro de la metodología a realizar, el tipo de investigación es exploratorio, con el propósito de entender la problemática e involucrarse en buscar alternativas de solución en la entrega de servicios mantenimiento y limpieza a cadenas Retail de la ciudad de Quito.

Posterior a esto se debe aplicar una investigación descriptiva, lo cual determina características principales de los actores directores (ejecutivos) al presente proyecto, mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información como, por ejemplo:

Fuentes primarias:

- Encuestas (cuestionario)
- Entrevistas
- Observación

Fuentes Secundarias:

- Internet

El proceso que se realizará en el presente proyecto comprende:

2.8.1 Metodología Cuantitativa

Permite asignar números a datos recolectados.

¹³ <https://www.qode.pro/blog/que-es-una-app/>

¹⁴ <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology/articles/IoT-internet-of-things.html>

En la consecución del objetivo **1.4.1.1** se procede a realizar:

Investigación en línea: Esto permite recopilar información de: número de empresas Retail en la ciudad de Quito y el número de empresas de limpieza legalmente constituidas jurídicas o naturales. Para este proceso se utilizará la técnica de recopilación de información por fuentes secundarias como es el internet. Esto permite obtener la oferta y demanda actual para viabilizar el presente proyecto.

2.8.2 Metodología Cualitativa

Permite reflejar contenido y significado.

En la consecución del objetivo **1.4.1.2** y **1.4.1.3** se procede a realizar:

Investigación de campo: Recopilar información a través de una encuesta que está definida por un cuestionario y entrevista por medio de la observación directa, con lo que se analizará y permitirá la percepción que tienen los clientes sobre el entorno interno y externo de las empresas de mantenimiento y limpieza, permitiendo definir las estrategias y valores agregados para el presente proyecto.

La técnica de grupos focales permitirá tener información más concreta de estas empresas por sectores, por medio de la entrevista y su observación directa anteriormente indicada.

El análisis de la situación del entorno externo se realizará por medio de la identificación D.A.F.O.

En la definición del objetivo **1.4.1.4** se procede a realizar:

Investigación de campo: Se recopilará información a través de un cuestionario, que tenga preguntas abiertas y cerradas para cuantificar e identificar:

- Necesidades importantes del cliente
- Perspectiva de uso
- Que sea multiplataforma (que se adapte a cualquier sistema operativo)
- Perspectiva económica para el uso de una herramienta digital.

Capítulo 3

3.- Diagnostico situacional

La evolución en la contratación de servicios externos, a lo largo de los años se ha convertido en el aliado estratégico para la optimización de varios frentes, sin embargo, en la situación actual que vive el mundo entero, el uso de la tecnología hace que se rompan barreras y se pueda obtener nuevas habilidades digitales, llevando consigo a un ahorro continuo en los costos.

3.1.- Tendencias en el sector de limpieza y mantenimiento.

3.1.1.- Gestión de la instalación de Outsourcing

Las organizaciones están evaluando su modelo operativo para maximizar la creación de valor. Sin embargo, antes de externalizar la gestión de las instalaciones a terceros, se debe revisar la combinación adecuada de contratación interna y externa en función de la capacidad, el coste y la cobertura.¹⁵

3.1.2.- Valor integrado

Las empresas están explorando la integración de la gestión de instalaciones y servicios relacionados en un esfuerzo por racionalizar la gestión y mejorar el rendimiento.

En este caso, la toma de decisiones es más fácil, ya que hay menos personas involucradas. Además, una visión integral de todos los servicios con menos proveedores facilita la gestión y los proveedores que brindan servicios integrados pueden convertirse en socios estratégicos para las organizaciones.

3.1.3.- Estrategia laboral

Las empresas están enfocadas en esta nueva normalidad en centrarse en su Core de negocio, por lo que su estrategia es delegar la función de contratar personal para las funciones de mantenimiento y limpieza y que un tercero se enfoque en entregar el servicio hacia su cliente final.

3.1.4.- Tecnología

Contexto relevante:

Las organizaciones dentro de su plan estratégico tienen por lo menos de 1 a 5 años para llegar a un cambio tecnológico y nuevas soluciones que aporte al crecimiento de la empresa, y a consecuencia de la COVID-19, ha hecho que esto se haga en tan solo días u meses y en continuo proceso de mejora por lo que a partir del 01 de enero 2020 subsistirán las empresas que se adapten al cambio.

La evolución del internet de las cosas (IoT):

¹⁵ <https://www.optimagrupo.com/seis-tendencias-emergentes-para-el-facility-management/>

En el sector de mantenimiento y limpieza el desarrollo de la tecnología está impulsando la adopción de equipos IoT (Internet de las Cosas) para la gestión de instalaciones. La implementación de dispositivos IoT permiten una mayor visibilidad del uso y la gestión de varias actividades fundamentales en la operación de distintas empresas.

Un servicio digital que suministra información en tiempo real sobre las necesidades de limpieza y mantenimiento permite al cliente adoptar nuevos métodos de trabajo, donde se incluye reducción de costos y mejorar la eficiencia en el servicio de limpieza y mantenimiento.

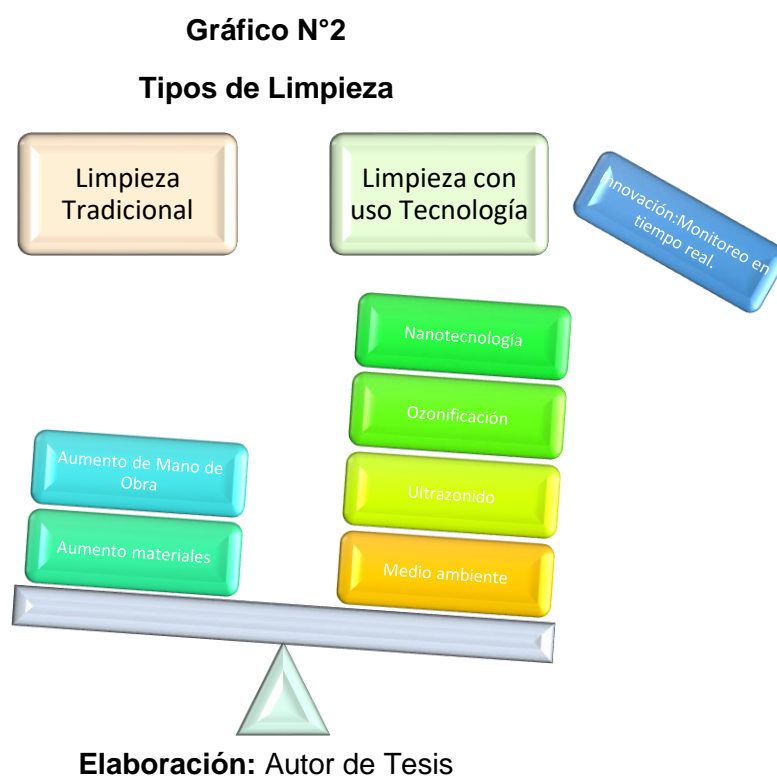
Otras tecnologías:

Marca la diferencia ya como tendencia existente el uso de la nanotecnología, sus frutos son productos que se usan en el sector de la limpieza, dando eficiencia y mayor acción de desinfección en sitios a desinfectar contratados.

Otro producto que avanza de la mano de la tecnología es la ozonificación que permite eliminar bacterias y virus hasta en un 98%.

El avance en el uso del ultrasonido para limpiezas profundas en industrias metálicas hace que esta herramienta se vuelva importante por la pandemia de la COVID-19.

En el presente cuadro se demuestra el peso que se da al uso de la tecnología.



3.1.5.- Aparición de robots

La automatización robótica es adecuada para asumir tareas repetitivas y peligrosas, lo cual podría permitir a las empresas reducir costes y riesgos. Hasta el momento, las

empresas asiáticas y europeas lideran la adopción de la robótica para servicios como la limpieza y la seguridad.¹⁶

Esta tendencia se evidencia ya como potencial en países de primer orden como son España, Singapur, China, Japón entre otros que son de gran emporio económico. Y esto se da gracias a su conectividad avanzada en la utilización de redes y su alto uso de datos. Aquí avanza ya a pasos gigantes la implementación de la red 5G.

3.1.6.- Realidad aumentada

La realidad aumentada aún se encuentra en las primeras etapas de desarrollo para la gestión de instalaciones, pero se están desarrollando soluciones AR que tienen el potencial de transformar la gestión de las instalaciones. La tendencia de este ítem y la del 3.1.5 pueden ser analizadas en una investigación más profunda para implementar a futuro en países en vías de desarrollo.¹⁷

3.1.7.- Sostenibilidad ambiental y social

La tendencia ya viene enmarca desde hace unos años sobre el cuidado del medio ambiente, y esto con la tendencia de uso de tecnología se da un aporte ambiental con productos que son configurados para este cuidado vital.

Sin embargo, debemos enfocarnos también en la tendencia de la sostenibilidad social lo que con la tendencia de igual forma del uso de la tecnología y el servicio digital en línea proporciona al personal de limpieza y mantenimiento información en tiempo real eliminando las rondas innecesarias para realizar sus labores y evitar tiempos muertos que se convierten en valor económico hacia el cliente.¹⁸

3.2.- Macro ambiente

El macro ambiente son todos los factores externos que no tienen control las empresas y que afectan directamente a indicadores de desempeño de cada empresa.



Elaboración: Autor de Tesis

En el sector de limpieza y mantenimiento los principales factores a considerar son los siguientes:

¹⁶ <https://www.optimagruppo.com/seis-tendencias-emergentes-para-el-facility-management/>

¹⁷ <https://www.optimagruppo.com/seis-tendencias-emergentes-para-el-facility-management/>

¹⁸ <http://www.limpiezainform.com/noticias-2/tres-tendencias-y-oportunidades-clave-para-la-industria-de-la-limpieza/>

3.2.1.- Factor Económico

Son las condiciones y tendencias observadas en la economía que pueden influir en las actividades de la organización. En este aspecto es de vital importancia para una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento conocer los factores a la hora de calcular los precios finales.

Los principales factores para considerar dentro del entorno macroeconómico en el desarrollo de una empresa de servicios son los siguientes:

- Inflación
- Tasas de interés
- Fase del ciclo económico (prosperidad, recesión, depresión, recuperación).
- Nivel de precios de los productos.
- Aranceles y otras restricciones a la exportación e importación.

Para una empresa de limpieza y mantenimiento, al trabajar con mano de obra la afectación principal se da por la inflación que tiene cada país, lo que representa año a año un incremento en los precios del consumidor final. De igual forma las tasas de interés en el país son elevadas por lo que conseguir un préstamo para cualquier actividad conlleva un gasto financiero alto. No hay que dejar de lado que de acuerdo con políticas de cada gobierno la vigencia de un nuevo arancel puede de alguna forma afectar o beneficiar al cliente final.

3.2.2.- Factor tecnológico

- Innovación
- Teletrabajo
- Red 5G

Estos tres factores en esta “nueva normalidad” se convirtieron en una realidad, donde una empresa sobrevive por la innovación que pueda tener para sus colaboradores y cliente final.

3.2.3.- Factor ambiental

- Productos de baja contaminación ambiental
- Robotización del servicio de limpieza lo que reemplaza la mano de obra.

Este factor ambiental va de la mano con la innovación, que en los próximos años debemos empezar con el cambio sistemático de cara al futuro.

3.2.- Microambiente

En toda organización existe factores internos que permite tomar decisiones, generar estrategias de corto y largo plazo y alcanzar el rendimiento esperado.

En la organización se debe incluir todos los departamentos, como administración, finanzas, compras, operaciones comerciales, planificación y todo el back office que hacen que una organización funcione.

Cada uno de estos departamentos influye en las decisiones de marketing.

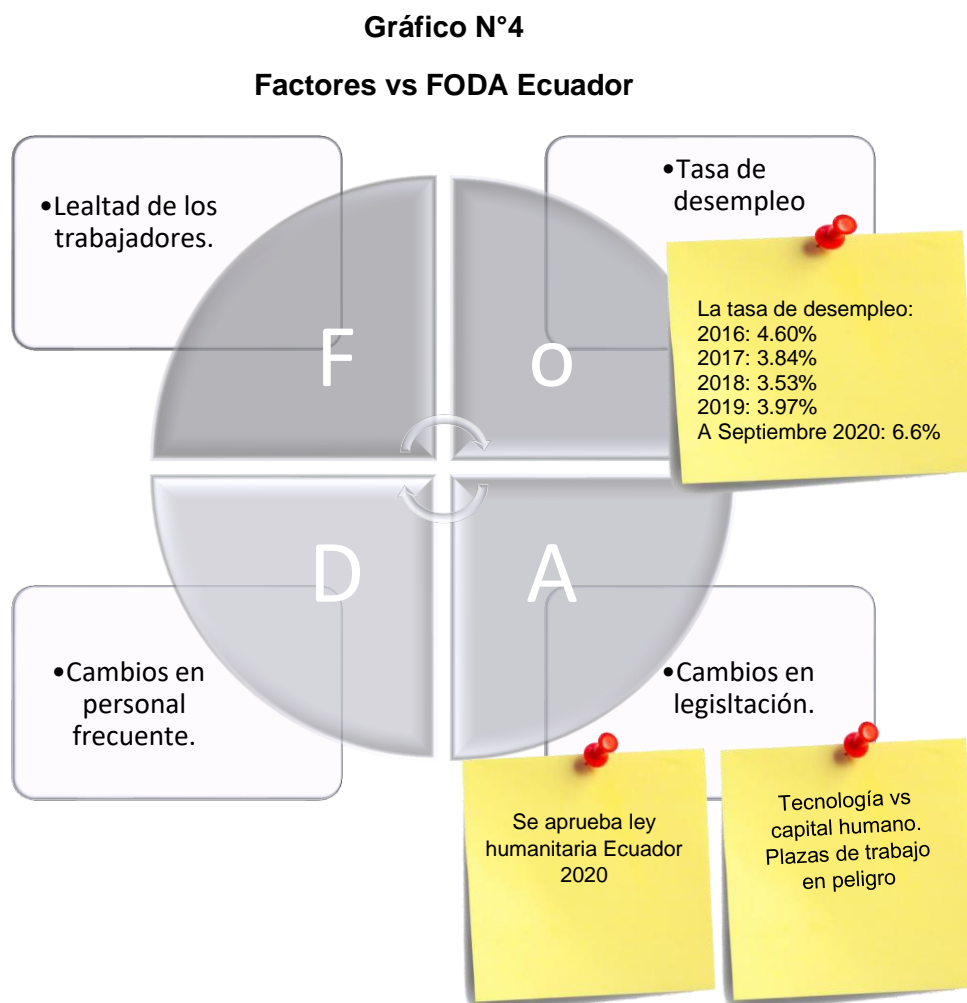
Principales factores para considerar.

3.2.1.- Empleados

Son parte importante y en varias empresas considerados el eje principal o motor para conseguir objetivos planteados.

La productividad de cada empleado hace que una empresa sea más eficiente al momento de brindar un bien o servicio hacia un cliente final.

3.2.1.1.- Factor Empleados y el FODA en Ecuador



Elaboración: Autor de Tesis

3.3.- Factores asociados a las fuerzas de Porter.

Las Fuerzas de Porter determina que factores son cruciales para determinar y posterior a eso tomar decisiones que permita que una empresa genere rentabilidad en corto y largo plazo.

Para dar continuidad al presente análisis se genera una calificación para cada factor el cual será la puntuación del 1 al 5.

Cuadro N°1
Ponderación Factores

Ponderación	Alta	Media alta	Media	Media Baja	Baja
Calificación	5	4	3	2	1

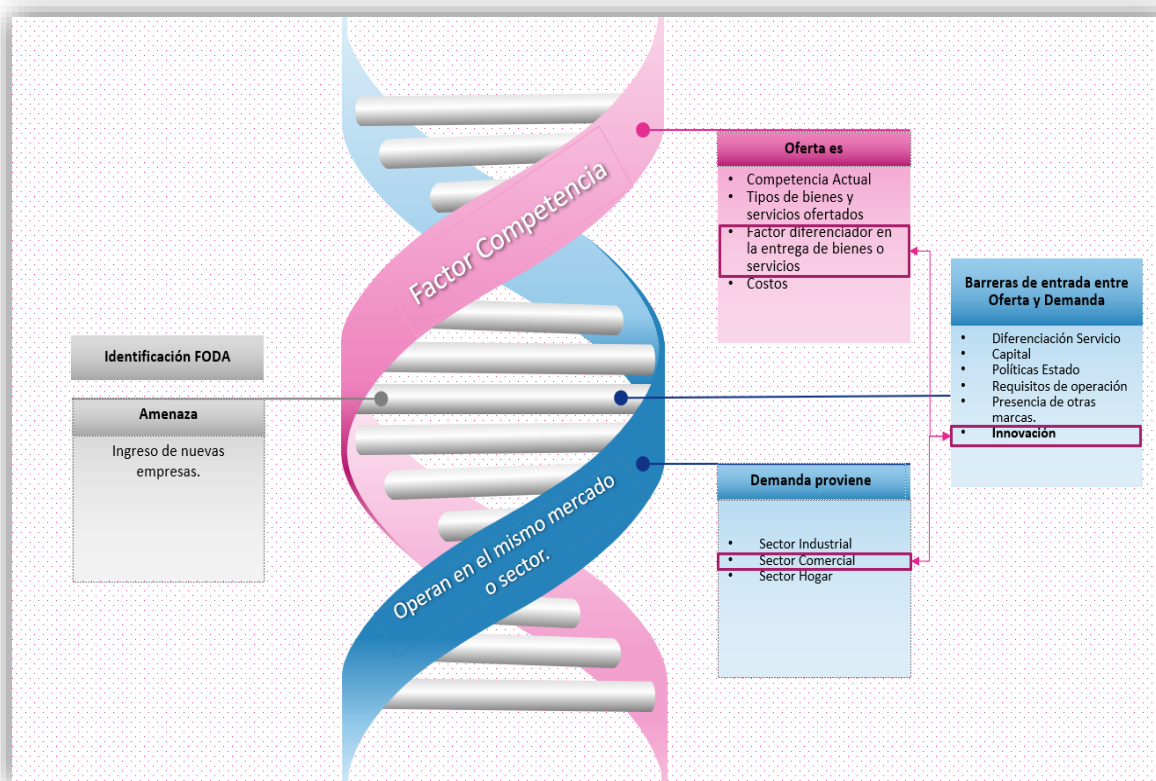
Elaboración: Autor de Tesis

3.3.1.- Factor Competencia en el Ecuador

Gil, S (2019) define al término competencia como aquella situación en la que existe un número indefinido de compradores y vendedores cuyo objetivo es intentar maximizar tanto su beneficio como satisfacción, de modo que sus precios están determinados por las fuerzas de la oferta y la demanda.¹⁹

El factor competencia está determinado por aquellas empresas que operan en el mismo mercado o sector en donde su nivel de competitividad es definido por su oferta y demanda, en el caso de una empresa que oferta servicios de limpieza y mantenimiento. Dentro de Ecuador existe una gran variedad de competidores en este sector, y lo que los destaca es la forma en la que sus servicios son prestados y la demanda de estos.

Gráfico N°5
Gráfico ADN del Factor competencia



Elaboración: Autor de Tesis

¹⁹ <https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>

3.3.1.1.- Amenaza de nuevos competidores

Con la oferta actual de proveedores para este sector de servicio de limpieza y mantenimiento, existen barreras de entrada, de los cuales se detallan a continuación.

Cuadro N°2

Factores amenaza de nuevos competidores

Factores	Calificación
Innovación	5
Capital	5
Políticas de estado	4
Permisos de funcionamiento	3
Imagen de competencia	3
Acceso a la tecnología	4
Costos de servicios	4
Promedio	4

Elaboración: Autor de Tesis

Con esta información podemos identificar que las barreras de entrada no representan un obstáculo grande para el ingreso de nuevos competidores al sector de limpieza y mantenimiento.

La diferencia en el ingreso de nuevos competidores, o actuales radica en la innovación y la tecnología que se pueda usar para marcar un nuevo punto de inicio en esta nueva tendencia digital.

En el tema de la inversión esta marca la pauta para la adquisición de infraestructura y musculo financiero para soportar los primeros meses de inicio del proyecto en temas operativos y administrativos.

Las políticas de estado son punto primordial para la constitución de una empresa, marcan las directrices que se debe seguir a nivel de colaboradores, impuestos entre otros. De igual forma la consecución de permisos de funcionamiento que se debe obtener para la operación de una empresa.

Dentro de las barreras de entrada está la imagen o marca conocida que puede afectar la competencia de nuevas empresas. En este punto la diferencia en costos operativos y administrativos para obtener el mejor valor hacia el cliente hacer que la empresa baje su rentabilidad para competir en el mercado.

3.3.2.- Amenaza de productos/servicios sustitutos

Al producto/servicio que es capaz de satisfacer la misma necesidad que otro, se le llama 'sustituto'. La amenaza surge cuando el cliente puede alterar su decisión de compra, especialmente si el sustituto es más barato u ofrece mayor calidad e innovación.

Los factores de amenaza se determinan de acuerdo con el siguiente detalle y calificación

Cuadro N°3

Factores amenaza nuevos productos

Factores	Calificación
Competidores de productos limpieza y mantenimiento	5
Precios de productos o servicios	5
Diferenciación de productos	3
Uso de tecnología	4
Confianza en la marca de un producto o servicio sustituto	4
Promedio	4.2

Elaboración: Autor de Tesis

Este factor para empresas de servicio de limpieza y mantenimiento existen productos que cumplen la misma funcionalidad operativamente, lo que marca la diferencia es la optimización que este producto o servicio se pueda dar para generar eficiencia en una empresa y una reducción significativa de sus costos.

3.3.3.- Clientes

Jean y Lambin dicen: “Los clientes detectan un poder de negociación frente a los proveedores. Pueden influir la rentabilidad potencial de una actividad obligando a la empresa a realizar bajadas de precios, exigiendo servicios más amplios, condiciones de pago más favorables o también enfrentando a un competidor contra otro.”²⁰

Los clientes potenciales por el sector lo podemos clasificar:

Gráfico N°6

Empresas por sector



Elaboración: Autor de Tesis

²⁰ JEAN-Jacques, LAMBIN, Marketing estratégico, pp.290,291

3.3.3.1.- Clientes por sector de Comercio al por menor (Retail)

Con datos proporcionados por la empresa EKOS al 2019 se tiene información que en el sector de **comercio al por menor o retailers** se tiene un aproximado de 342 empresas de los cuales se subdivide de acuerdo con la siguiente tabla.

Cuadro N°4
Clientes Retail

Subsector	# Empresas	% por Subsector
Comercio al por menor diverso	150	44%
Computadores, tecnología, electrodomésticos	45	13%
Productos de ferretería y afines	49	14%
Supermercados	84	25%
Tiendas de ropa	14	4%
Total	342	

Elaboración: Autor de Tesis

3.3.3.2.- Factores de decisión de los clientes

Dentro de poder de negociación de los clientes, los factores claves para tomar una decisión se detallan a continuación:

Cuadro N°5
Factores de decisión clientes

Factores	Calificación
Innovación	5
Servicio al cliente	5
Disponibilidad de información comprador	4
Atención inmediata	4
Rentabilidad del cliente	4
Garantía de servicio	4
Promedio	4.33

Elaboración: Autor de Tesis

Esta información constituye una oportunidad (FODA) para ingresar a un mercado que tiene una amplia oferta superando las expectativas de las necesidades de una empresa. El poder de negociación que tienen los clientes cada vez se hace más exigente en los factores de decisión para tener los mejores beneficios de corto, mediano y largo plazo.

3.3.4.- Proveedores

Los proveedores son todos aquellos que abastecen y apoyan a las actividades en la que se desempeña una empresa.

El poder de un proveedor puede llegar a tener el control sobre los precios de un determinado producto y la diversidad existente de proveedores. Se debe comprender que cuantos menos proveedores hay, más poder tienen.

Factores que determinan el poder de negociación de los proveedores:

- Que opere en un mercado de monopolio
 - Que exista un exceso de demanda con relación a la oferta
 - Que el proveedor pueda ofrecer un insumo de mejor calidad que los otros competidores
 - Que el sector donde compite la empresa no sea atractivo para el proveedor
- Que el proveedor se pueda fácilmente convertir en competidor

3.3.4.1.- Factores de decisión de los proveedores

Cuadro N°6

Factores de decisión proveedores

Factores	Calificación
Innovación	5
Variedad de proveedores para este sector	5
Costos operativos para cambio de proveedor	2
Localización de proveedor	4
Necesidad de vender por parte proveedor	4
Promedio	4

Elaboración: Autor de Tesis

Este cuadro pondera a potenciales proveedores donde se puede determinar que en el mercado actual existen dos factores fundamentales para tomar una decisión que son: la innovación que tiene la empresa vs la gran cantidad de proveedores que tiene el sector de limpieza y mantenimiento.

Es importante considerar la ubicación del proveedor por obtener una respuesta inmediata a un requerimiento, y a esto se suma que el proveedor sienta la necesidad de vender para establecer relaciones comerciales que aporte la operatividad de cliente final.



Proveedores para el sector de limpieza y mantenimiento.



Al contrario de los clientes, para este punto se debe detallar empresas que cumplan con el principal objetivo de este proyecto, que es la innovación. Para ello se consideran estas empresas como posibles aliados estratégicos:

Proveedores Insumos de limpieza Biodegradables:

Cuadro N°7

Proveedores aliados Limpieza

Empresa	Producto	Ubicación
 Distribuidora García Productos de limpieza	Productos de limpieza ecológicos	Guayaquil
 Unilimpio Productos de limpieza biodegradables	Productos de limpieza biodegradables	Quito

	Productos de limpieza biodegradables	Guayaquil
	Fundas biodegradables	Guayaquil

Elaboración: Autor de Tesis

Proveedores para desarrollo de app:

Cuadro N°8

Proveedores de APP

Empresa	Producto	Ubicación
Santiago B.	Desarrollador Web y APP	Quito
Diego R.	Desarrollador Web y APP	Quito
Um Pacto	Desarrollador Web y APP	Quito

Elaboración: Autor de Tesis

Para el desarrollo de la aplicación para la transaccionalidad de los servicios de limpieza y mantenimiento se considera dos opciones:



- 1.- Profesionales independientes
- 2.- Empresas especialistas en desarrollo de aplicaciones.

De acuerdo con esta información el desarrollo de la aplicación será ejecutado por un profesional independiente, esto se basa a la relación costo-beneficio, por un lado, un profesional independiente no maneja una estructura amplia en costos y gastos operativos lo cual puede aumentar en la realización de una aplicación al contrario de una empresa con una estructura definida.

Proveedores Insumos de mantenimiento:

Cuadro N°9

Proveedores aliados Mantenimiento

Empresa	Producto	Ubicación
	Materiales mantenimiento	Quito
	Materiales mantenimiento	Quito

Elaboración: Autor de Tesis

3.3.5.- Rivalidad entre competidores actuales.

Es el resultado de :

- Amenaza de nuevos competidores + amenaza de sustitutos + poder de negociación de clientes + poder negociación proveedores.

Al analizar estos puntos la empresa puede generar estrategias de corto, mediano y largo plazo con un enmarcado valor que diferencie una empresa de otra y cuantifique su rentabilidad esperada.

Dentro de los principales competidores en Ecuador para el servicio de limpieza y mantenimiento se tiene:

Cuadro N°10
Oferta actual

CIUDAD	PROVEEDOR
QUITO	WORKFORCE S.A.
	SFM S.A.
	GRUPO REPCON
	SEGEMANT CIA. LTDA.
	CASALIMPIA ECUADOR
	SUNSHINEAT CIA. LTDA.
	OFICOMIDA, OFILIMPIA, OFIMENSAJES
	J.D. MANTENIMIENTO CIA. LTDA.
	PERSONAL CLEAN
	LUVIHER S.A.
GUAYAQUIL	LAND CLEAN DESINFECCION DE ALTO NIVEL
	MAYFRABELES CIA. LTDA.
	CLEANSTAR S.A.
	RUBA S.A.
	ALARCAB S.A.
	CLEAN DEPOT
LOJA	MALDONADO DE LIMPIEZA SERVIMALDONADO S.A
	HOME CLEANERS S.A.
	MULTISERVICIOS ALEN CIA LTDA

Principal oferta a nivel nacional.

Fuente: Portal calificación proveedores LOGICA

Elaboración: Autor de Tesis

En el Ecuador existen varias empresas que brindan el servicio de limpieza y que se especializan en el brindar el servicio de mantenimiento, y de acuerdo con el cuadro N°11 se escogen a estas 19 empresas que han sido calificadas por el proveedor externo cuyo nombre de la empresa es Lógica, donde validan varios factores de cada empresa para que estas brinden el servicio a sus clientes. Se establece que de este número de proveedores generan un ingreso promedio de dos millones de dólares por año, y su cartera de clientes tiene un importe número de cadenas Retail.

3.3.5.1.- Factores rivalidad de oferta actual en Ecuador

Cuadro N°11
Factores rivalidad

Factores	Calificación
Cantidad de competidores mismo sector	5
Diferenciación en la prestación del servicio (innovación)	4
Diferencia de costos entre competidores	4
Crecimiento del sector o reducción de la demanda	3
Capitalización de oportunidad	4
Promedio	4

Elaboración: Autor de Tesis

De acuerdo con la información de las barreras ponderadas, se observa que tiene un impacto alto, esto se debe a que en la actualidad existe una oferta de empresas de limpieza y mantenimiento, sin embargo, un factor importante para competir con las actuales es introducir factores de innovación y tecnología en el sector.

Evaluación de los factores asociados a las fuerzas de Porter.

Para establecer una evaluación se establece los siguientes rangos.

Cuadro N°12
Evaluación de factores

5-8	8.1-12	12.1-17	17.1-21	21.1-25
Intensidad competitiva Muy baja	Intensidad competitiva Baja	Intensidad competitiva Media	Intensidad competitiva Alta	Intensidad competitiva Muy alta

Elaboración: Autor de Tesis

La intensidad competitiva para el sector de limpieza y mantenimiento es la siguiente:

Cuadro N°13
Valoración Fuerzas Porter

Fuerzas de Porter	Calificación
Amenaza de entrada nuevos competidores	4.00
Amenaza de productos/servicios sustitutos	4.20
Poder negociación clientes	4.33
Poder negociación proveedores	4.00
Rivalidad entre competidores actuales	4.00
Total	20.53

Elaboración: Autor de Tesis

De la evaluación obtenida es de 20.53 sobre 25, lo cual el rango de intensidad competitiva es **Alta**, las barreras de entrada y salida son manejables, con factores antes mencionados como son la innovación y el uso de la tecnología, con ello manejar estrategias que puedan posicionar a la empresa.

Capítulo 4

4.- Factibilidad Comercial

4.1.- Determinación de la demanda

Para determinar la demanda del bien o servicios a entregar se debe iniciar por el análisis de la muestra de la población , el cual determina la tendencia del número de clientes (empresas) que tiene una constante de contratar los servicios de limpieza y mantenimiento.

Se debe determinar el servicio que se va a ofertar, identificando las características de este y hacia qué sector va dirigido.

4.1.1.- Localización

La localización tiene por objetivo, analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando establecer un lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.²¹

En el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, pero a su vez se deben analizar otros factores, llamados fuerzas locacionales, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado proyecto. (Sapag Chain 2004).²²

La importancia de este análisis para la puesta en marcha del presente proyecto radica en la rentabilidad que puede dar o no la ubicación estratégica a los clientes de la empresa de limpieza y mantenimiento.

4.1.1.1.- Macro localización

Establece la ubicación específica en donde se ubicará la empresa de servicios de limpieza y mantenimiento previa evaluación de las mejores condiciones del sitio .

Ubicación principal: sector norte de la ciudad de Quito:

²¹http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html#:~:text=La%20localizaci%C3%B3n%20tiene%20por%20objeto,si%20se%20trata%20de%20un

²² http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf



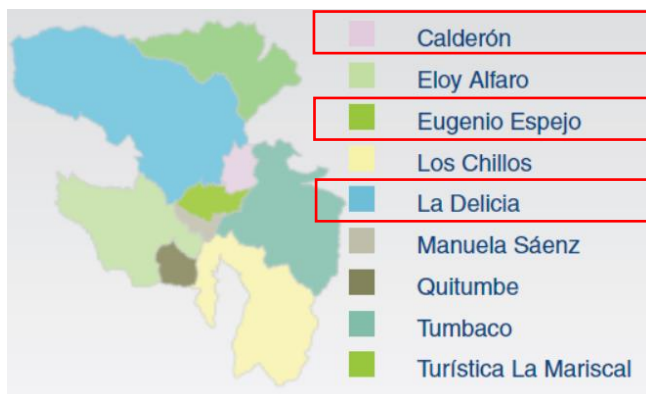
D.M.Quito

Los factores para la definición macro en la ubicación de la empresa de servicios de limpieza y mantenimiento son los siguientes:

- 1.- La empresa se debe ubicar en zona urbana de la ciudad de Quito que tenga acceso a servicios básicos (agua, luz, telefonía, internet).
- 2.- La empresa se va a ubicar al inicio de proyecto en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el polo extremo de la ciudad por los bajos costos de arriendo, servicios básicos estables y de mayor desarrollo.
- 3.- Medios de transporte de fácil acceso para norte, centro y sur de la ciudad de Quito, con un tiempo estimado de viaje de una hora.

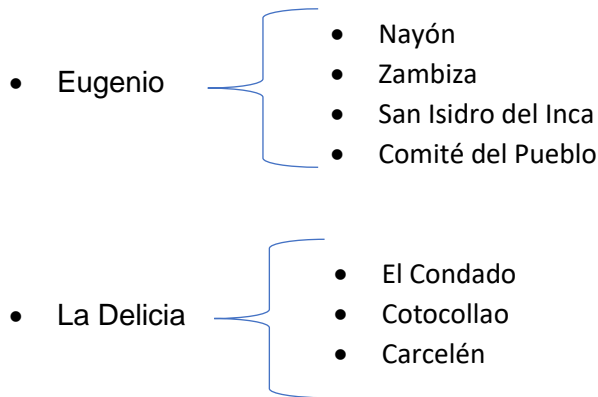
4.1.1.2.- Micro localización

Es la determinación del punto preciso para ubicar la empresa dentro del sector norte de la ciudad de Quito, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el punto elegido.



Las administraciones zonales del norte de la ciudad de Quito a desarrollar y revisar sus riesgos y ventajas en cada una de las parroquias seleccionadas son las siguientes:

- Calderón
 - Calderón
 - Llano Chico



4.1.1.3.- Matriz de Decisión Ubicación

La matriz de decisiones es una herramienta que ayuda a considerar todos los factores importantes y relevantes de una realidad al tomar una decisión y, por ende, nos brinda un panorama más claro al poseer más información.²³

4.1.1.3.1.- Factores de decisión de ubicación

- Servicios básicos: Son de vital importancia para dar continuidad al presente proyecto, como son:
 - energía eléctrica
 - agua potable
 - telefonía fija
 - internet
- Seguridad y acceso: Su importancia radica en ubicar a la empresa en un sitio seguro y de fácil acceso para clientes y colaboradores como son:
 - seguridad interna y externa
 - acceso en líneas de buses
 - acceso en vehículos particulares
 - acceso en cualquier otra forma de movilización.
- Condiciones físicas y costos de instalación: La importancia del costo de arrendar local u oficina y el costo de acondicionar la misma para presentar imagen de seguridad hacia el cliente.
- Mercado: Comprende:
 - Competencia
 - Aceptación del mercado

4.1.1.3.2.- Método de calificación de factores

²³ <https://www.federico-toledo.com/matriz-de-decision/>

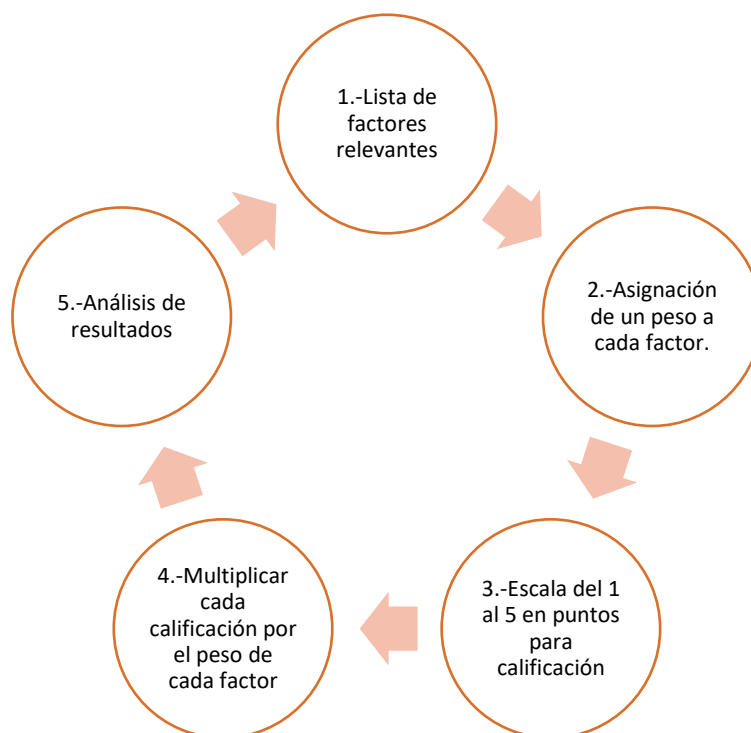
El método de calificación de factores es un procedimiento de localización que proporciona objetividad al proceso de identificación de costos difíciles de evaluar.²⁴

Pasos para seguir:

- 1.- Listar los factores más relevantes
- 2.- Asignar un peso a cada factor
- 3.- Desarrollar una escala a cada factor relevante para su calificación
- 4.- Multiplicar cada calificación por el peso de cada factor y sumar los puntos
- 5.- Analizar resultados y seleccionar la ubicación con la calificación más alta.

Gráfico N°7

Proceso de calificación factores



Elaboración: Autor de Tesis

Matriz de Decisión de los sectores de la ciudad de Quito.

Cuadro N°14

Clasificación de los Sectores

Administraciones Zonales	Parroquias
Sector 1	Calderón
Sector 1	Llano Chico
Sector 2	Nayón
Sector 2	Zambiza

²⁴ HEIZER, Jay, RENDER, Barry. Principio de Administración de Operaciones. 7° Edición, pag.323

Sector 2	San Isidro del Inca
Sector 2	Comité del Pueblo
Sector 3	El Condado
Sector 3	Cotocollao
Sector 3	Carcelén

Elaboración: Autor de Tesis

Cuadro N°15

Puntuación e interpretación de sectores

Puntuación	Interpretación
5	Excelente
4	Muy Bueno
3	Bueno
2	Regular
1	Malo

Elaboración: Autor de Tesis

Cuadro N°16

Matriz de decisiones por sector

Factores	Ponderación	Sector 1				Sector 2								Sector 3					
		Calderón		Llano Chico		Nayón		Zambiza		San Isidro del Inca		Comité del Pueblo		El Condado		Cotocollao		Carcelén	
		Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.
Servicios básicos	25%		1,15		1,15		1,25		1,25		1,25		1,25		1,25		1,25		1,25
energía eléctrica	8%	5	0,40	5	0,40	5	0,40	5	0,40	5	0,40	5	0,40	5	0,40	5	0,40	5	0,40
agua potable	4%	5	0,20	5	0,20	5	0,20	5	0,20	5	0,20	5	0,20	5	0,20	5	0,20	5	0,20
telefonía fija	3%	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15
internet	10%	4	0,40	4	0,40	5	0,50	5	0,50	5	0,50	5	0,50	5	0,50	5	0,50	5	0,50
Seguridad y acceso	20%		0,7		0,67		0,76		0,66		0,59		0,59		0,93		0,8		0,96
seguridad interna y externa	10%	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	2	0,20	2	0,20	5	0,50	3	0,30	5	0,50
acceso en líneas de buses	3%	3	0,09	2	0,06	3	0,09	3	0,09	4	0,12	4	0,12	4	0,12	5	0,15	5	0,15
acceso en vehículos particulares	3%	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15	5	0,15
fácil acceso y lugar con parqueaderos	4%	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12	3	0,12	4	0,16	5	0,20	4	0,16
Condiciones físicas y costos de instalación	25%		1,25		1,25		0,75		0,75		0,75		0,75		0,63		0,75		0,63
arriendo local u oficina	13%	5	0,63	5	0,63	3	0,38	3	0,38	3	0,38	3	0,38	2	0,25	3	0,38	2	0,25
instalaciones de local u oficina	13%	5	0,63	5	0,63	3	0,38	3	0,38	3	0,38	3	0,38	3	0,38	3	0,38	3	0,38
Mercado	30%		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6		0,6
competencia	15%	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30
aceptación del mercado	15%	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30	2	0,30
	100%		3,70		3,67		3,36		3,26		3,19		3,19		3,41		3,40		3,44

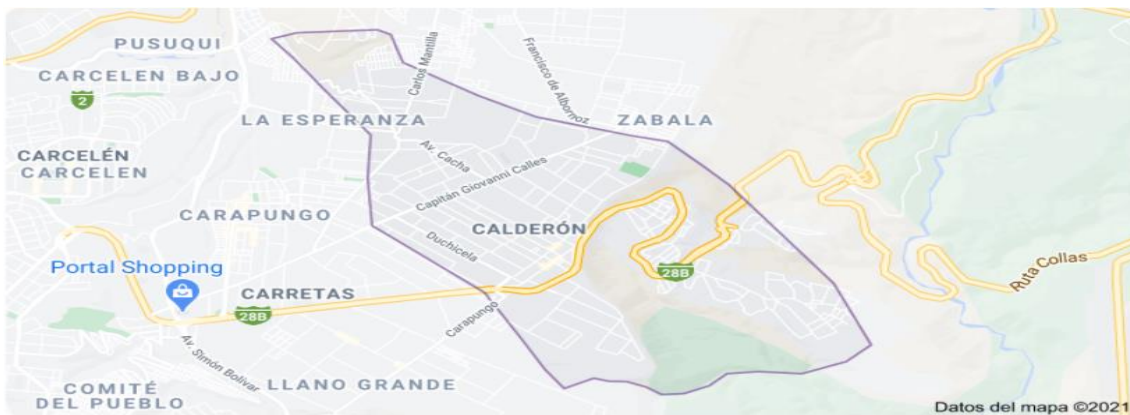
Elaboración: Autor de Tesis

De acuerdo con la matriz realizada, se establece lo siguiente:

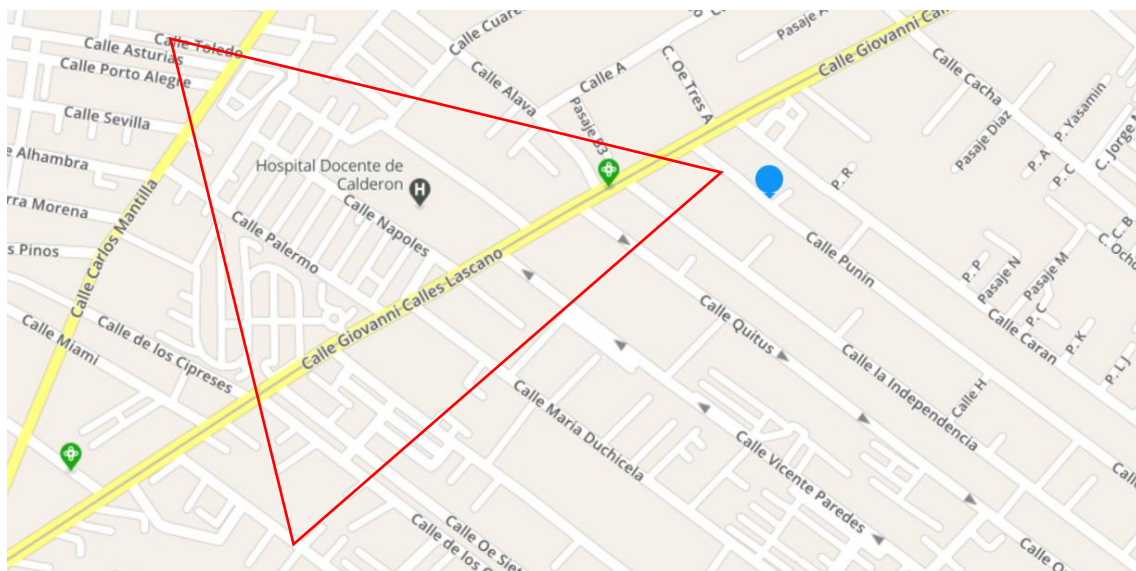
Los factores relevantes a la hora de ubicar una empresa son las condiciones económicas, la importancia de la seguridad y acceso a sus respectivas instalaciones. El resto de los factores van encajados como obligación y aspectos básicos para que una nueva empresa funcione, y a ello los valores agregados que la misma pueda brindar.

No es relevante si el sector es norte o sur, la factibilidad del proyecto está dada para brindar el servicio de limpieza y mantenimiento a empresas Retail de la ciudad de Quito, mismas que pueden tener sus operaciones en todo el territorio ecuatoriano e incluso su sede matriz no puede coincidir que se encuentre en la ciudad de Quito. De aquí parte la relevancia de generar estrategias con herramientas digitales que pueda llegar a todos el territorio de las empresas Retail.

De acuerdo con el siguiente mapa del sector seleccionado se establece:



Al ser un sector muy poco conocido como referencia para la ubicación de la empresa está en la Giovanni Calles, cercano al Hospital Docente de Calderón.



4.1.2.- Segmentación del mercado

La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo.

Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente. Las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en variables geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta.²⁵

Variables:

- Geográficas: para el presente proyecto se establece la ciudad de Quito.
- Demográficas: generación de costo-beneficio será la meta de corto plazo. Tendencia en el servicio de limpieza y mantenimiento con el uso de **herramientas digitales**.
- Psicográficas: Grupos de referencia, lo que se espera del proyecto es la **innovación** en el servicio de limpieza y mantenimiento.
- Conductual. Es la respuesta que se va a dar sobre el Servicio, el **motivo de adquisición** o cambio de proveedor para el servicio de limpieza y mantenimiento.
- Por industria: existe una variada **competencia** en el sector de limpieza y mantenimiento. La importancia del proyecto radica en el factor diferenciador que se puede dar al cliente final.
- Producto: Dar a detalle hasta dónde llega el servicio de limpieza y mantenimiento, permite que el cliente final tome una decisión acertada en beneficio de la organización.

Cuadro N°17

Segmentación del mercado, variables y características

Variables	Características
Geográficas	
País	Ecuador
Ciudad	Quito
Administración Zonal	Calderón
Parroquia	Calderón
Demográficas	
Empresas Retail	Limpieza y mantenimiento general
Psicográficas	
Innovación	Grupos de referencia
Tendencias	Herramientas digitales
Conductual	
Motivo de adquisición	Actividades secundarias del Core de negocio

²⁵ <https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque>

Por Industria	
Competencia	Factor diferenciador
Por Producto	
Servicio	Detalle del servicio. Toma de decisión

Elaboración: Autor de Tesis

4.1.3.- Determinación de mercado objetivo.

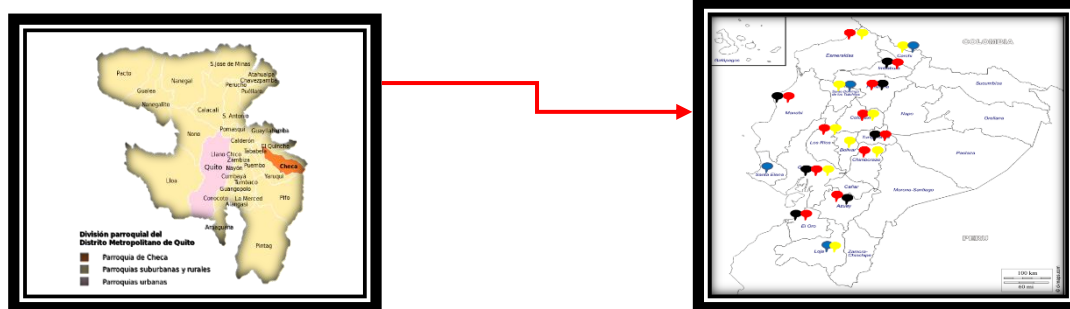
Un mercado objetivo está compuesto por un conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes y al que la empresa decide atender.²⁶

Mercado objetivo para empresa de limpieza y mantenimiento será:

Provincia: Pichincha

Ciudad: Quito

Segmento: Empresas Retail de la ciudad de Quito. **No excluye localidades** que una empresa Retail tenga como sucursales a nivel nacional.



4.1.4.- Determinación de la muestra

4.1.4.1.-Tamaño de Universo en Ecuador

Para determinar el tamaño de la muestra se considerará el número de empresas existentes consideradas cadenas Retail en la ciudad de Quito.

Definición Universo: Número de empresas Retail en **Ecuador**.

Cuadro N°18

Universo en Ecuador

Subsector	# Empresas	% por Subsector
COMERCIO AL POR MENOR DIVERSO	150	44%
COMPUTADORES, TECNOLOGÍA, ELECTRODOMÉSTICOS	45	13%
PRODUCTOS DE FERRETERÍA Y AFINES	49	14%
SUPERMERCADOS	84	25%

²⁶ KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. Principios de marketing. 12va edición. España, 2008. Pág. 244

TIENDAS DE ROPA	14	4%
Total	342	

Fuente: Revista **EKOS**
Elaboración: Autor de Tesis

En el Cuadro se determina que el número de empresas existentes en el sector Retail es de 342. Con esta información se define el universo en la ciudad de Quito.

4.1.4.2.- Tamaño de Universo en Quito

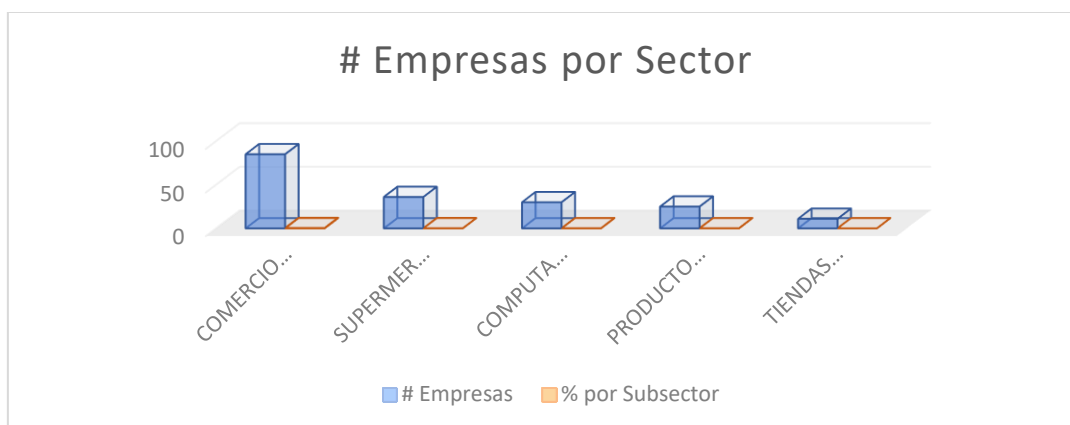
Definición Universo: Número de empresas Retail en la ciudad de **Quito**.

Cuadro N°19
 Universo en Quito

Subsector	# Empresas	% por Subsector
COMERCIO AL POR MENOR DIVERSO	85	45%
SUPERMERCADOS	36	19%
COMPUTADORES, TECNOLOGÍA, ELECTRODOMÉSTICOS	30	16%
PRODUCTOS DE FERRETERÍA Y AFINES	25	13%
TIENDAS DE ROPA	11	6%
Total	187	

Elaboración: Autor de Tesis

Gráfico N°8
 Empresas por Sector



Elaboración: Autor de Tesis

En el Cuadro se determina que el número de empresas existentes en el sector Retail en la ciudad de Quito que es de 187. Con esta información se calcula el tamaño de la muestra.

4.1.4.3.- Cálculo del tamaño de la muestra.

Fórmula de aplicación para determinar tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Cuadro N°20

Fórmula para determinar tamaño muestra

Ítem	Definición	Información
Z=	Valor confianza	1.96 = 95%
P=	Probabilidad de éxito	0,8
q=	Probabilidad de Fracaso	0,2
E=	Margen de error	10%
N=	Tamaño de la muestra	187 Empresas
n=	Número encuestas	

Elaboración: Autor de Tesis

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{187 \cdot 1.96^2 \cdot 0.8 \cdot 0.2}{(187-1) \cdot 0.1^2 + 1.96^2 \cdot 0.8 \cdot 0.2}$$

Z=	1,96	
(probabilidad a favor) P=	0,8	
(probabilidad en contra) q=	0,2	
E=	10%	error
N=	187	Empresas
n=	46	Resultado

La muestra de este proyecto es de 46 empresas con la que se inicia la investigación de campo

4.1.5.- Diseño de la Encuesta

Cumpliendo con los objetivos planteados por medio de la encuesta se podrá conocer:
(Anexo 1)

- Nivel de aceptación que pueda tener la nueva empresa de servicio de limpieza y Mantenimiento
- Frecuencia
- Forma de pago
- Valores agregados
- Entre otras

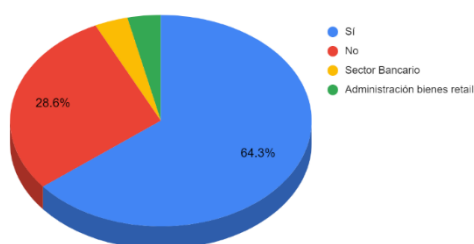
La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos.²⁷

4.1.6.- Análisis de la Encuesta

1. Su empresa pertenece al sector Retail? (venta al detalle o Comercio minorista) *

Gráfico N°9

Tipo empresas



Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

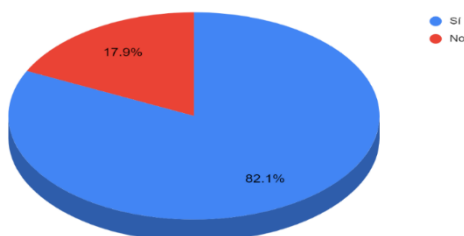
Con esta información se observa que—aproximadamente el 71% corresponde a empresas que son del sector Retail. Un porcentaje considerable para gestionar los servicios de limpieza y mantenimiento como oferta principal.

Es importante mencionar que de todos los encuestados todavía no asimilan la palabra Retail por lo que el 29% es un valor importante que se puede considerar para en el corto plazo ampliar la oferta.

2. Su empresa contrata servicios de limpieza y mantenimiento? *

Gráfico N°10

Contratación



Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

²⁷ [¿Qué es una encuesta? | QuestionPro](#)

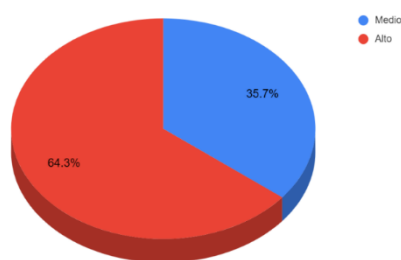
De los 46 encuestados el 82% afirmó que contrata los servicios de limpieza y mantenimiento, lo que es importante para ofertar nuestros servicios de limpieza.

Un porcentaje menor pero menos importantes del 18% son empresas que continúan gestionando su servicio de limpieza y mantenimiento con la conformación de su propio equipo de trabajo, dando como resultado mayor operatividad en la gestión de servicio a cliente final, es decir no gestiona un outsourcing, lo hace directamente bajo la contratación de personal en su nómina.

3. Si su empresa contrata los servicios de limpieza y mantenimiento ¿Cómo cliente que grado de satisfacción tiene actualmente? *

Gráfico N°11

Satisfacción



Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

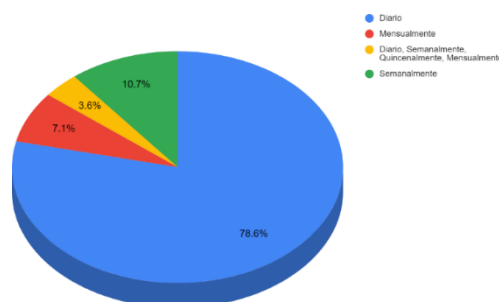
El grado de satisfacción de la oferta actual está muy dividida, pese a tener un porcentaje de alta satisfacción con el 64% y un 36% de satisfacción media, la objetividad de esta pregunta abarca varios factores como seguridad, confianza, cumplimiento entre otros genera una brecha que se puede tomar como estrategia a la hora de ofertar nuestro servicio.

La estrategia es no ser un proveedor más de un cliente, la estrategia es ser un socio estratégico para generar objetivos comunes de ganar-ganar.

4. Con qué frecuencia realiza actividades de limpieza y mantenimiento? *

Gráfico N°12

Frecuencia

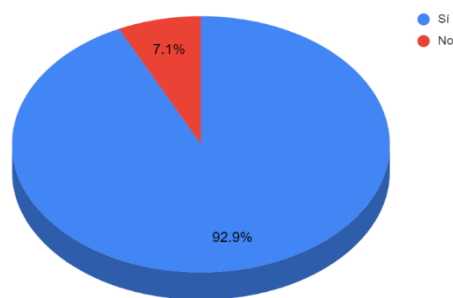


Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

Las empresas encuestadas confirman en un 79% que realizan a diario el servicio de limpieza y de igual forma realizan a diario algún tipo de mantenimiento sea preventivo o correctivo.

5. Cree usted que es beneficioso la creación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento enfocadas a empresas Retail? *

Gráfico N°13**Creación enfocadas en Retail**

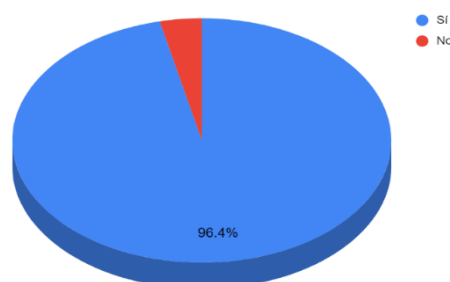
Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

El resultado a esta pregunta es del 93%, lo que indica que la creación de una empresa que preste el servicio de limpieza y mantenimiento tiene buena acogida, generando nuevos estándares de calidad y brindando nuevos beneficios hacia el cliente final.

Es importante analizar que el ingreso de una nueva empresa en el mercado y con la demanda actual, es complicada por los múltiples intereses de cada organización y por la falta de apoyo a los nuevos emprendimientos por falta de confianza y seguridad que esta pueda brindar.

6. Contrataría su empresa a la que representa los servicios de limpieza y mantenimiento ? *

Gráfico N°14**Contratación del servicio**

Elaboración: Autor de Tesis

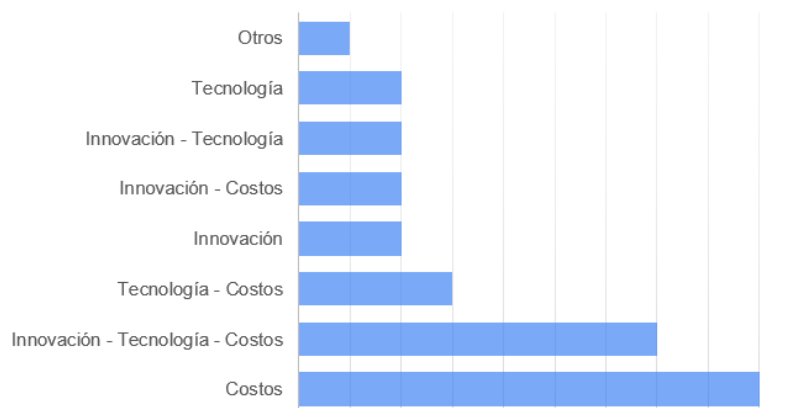
Análisis:

Los encuestados afirman en un 96% que sí contrataría el servicio de limpieza y mantenimiento hacia la empresa que representan, lo que indica que se tiene una gran oportunidad y que el proyecto es viable.

7. Que factores buscaría en una empresa que preste el servicio de limpieza y mantenimiento? *

Gráfico N°15

Factores de servicio



Elaboración: Autor de Tesis

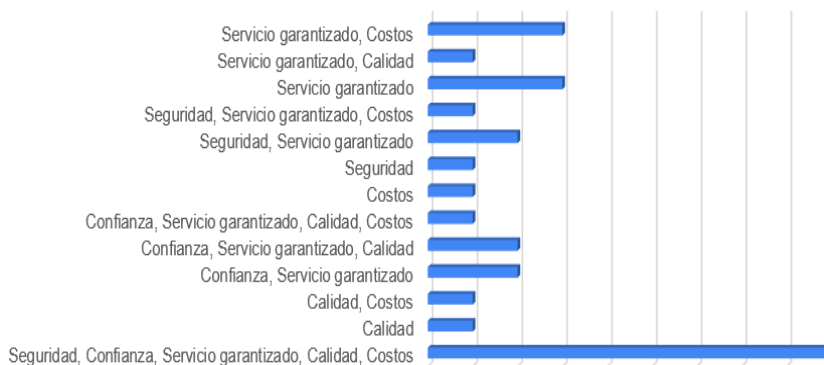
Análisis:

Como resultado a esta pregunta se observa los diferentes factores que buscan los clientes en una empresa de servicio de limpieza y mantenimiento, dándose como prioritario el factor costo en conjunto con los factores de innovación y tecnología con un 75%.

8. Cuáles son las exigencias de su empresa para contratar una nueva empresa de limpieza y mantenimiento? *

Gráfico N°16

Exigencias para servicio



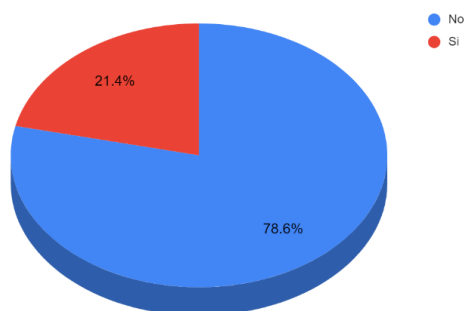
Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

Como resultado a la pregunta N°8 y al ser una pregunta abierta se da como resultado que dependiendo el Core de negocio de cada cliente busca los factores más centrados para que el servicio sea de calidad.

9. Realiza el monitoreo y control del servicio de limpieza y mantenimiento con alguna aplicación? *

Gráfico N°17
Control y monitoreo



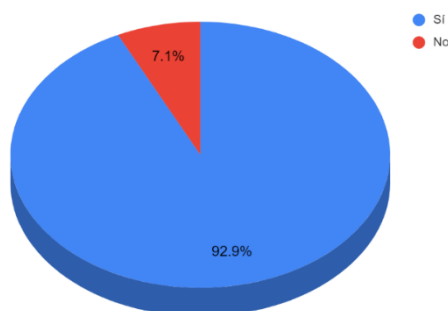
Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

El resultado de esta pregunta es sin duda el más importante para el desarrollo del presente proyecto, el 79% de encuestados indica que no tiene una herramienta que le permita monitorear y controlar los servicios de limpieza y mantenimiento. Actualmente lo hacen de manera empírica y sin estadísticas para aumentar productividad y disminuir costos operativos.

10. Le gustaría tener una aplicación para la gestión oportuna del servicio de limpieza y mantenimiento? *

Gráfico N°18
Aprobación de aplicación

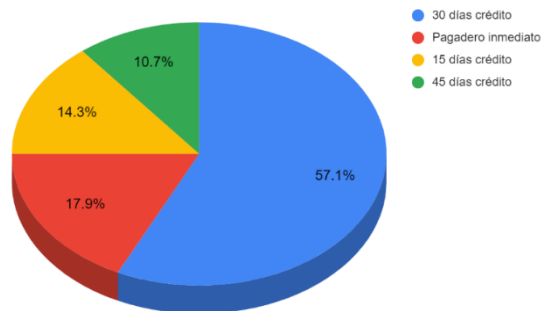


Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

El resultado de esta pregunta está estrechamente relacionado con la pregunta **N°9**, lo que indica que la demanda actual buscaría una empresa que le brinde un plus adicional para la gestión de sus servicios para mejorar las expectativas de los clientes.

11. La forma de pago para el servicio de limpieza y mantenimiento es? *

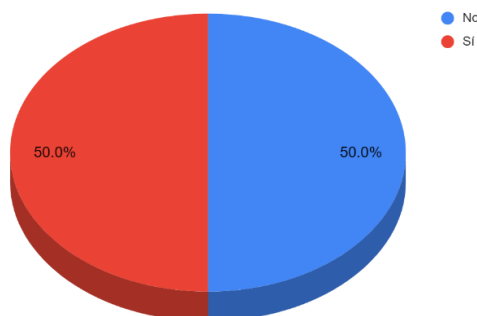
Gráfico N°19**Forma de pago**

Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

El 57% de los encuestado manifestó que por políticas internas de cada empresa el pago para servicios de limpieza y mantenimiento lo cancelan a los 30 días.

12. Conoce usted una empresa que preste servicios de limpieza y mantenimiento a empresas Retail? *

Gráfico N°20**Competencia**

Elaboración: Autor de Tesis

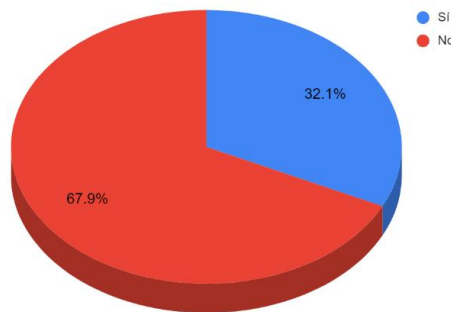
Análisis:

Como resultado a esta pregunta debemos partir de la pregunta **N°1**, donde se indica por muchos encuestados que no conocen el término Retail en su contexto real, por lo que

la respuesta se da en un 50% al indicar que conocen empresas que se dedican a brindar el servicio de limpieza y mantenimiento a cadenas Retail.

13. Cree usted que la tecnología va a reemplazar la mano de obra en el sector de limpieza y mantenimiento *

Gráfico N°21
Tecnología vs MO



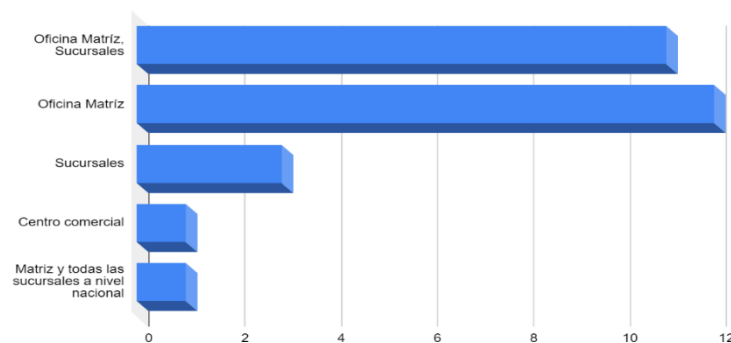
Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

El 68% de encuestados indica que la MO no va a ser reemplazada por la tecnología o inteligencia artificial, o no en el corto plazo. Se da a conocer que la tecnología generaría mayor productividad a una persona de limpieza y mantenimiento.

14. En que ubicación tiene o requiere el servicio de limpieza y mantenimiento? *

Gráfico N°22
Ubicación del servicio



Elaboración: Autor de Tesis

Análisis:

El resultado nos indica que el servicio de limpieza y mantenimiento el 86% se brinda en oficinas matriz y en sus sucursales. Otra ubicación muy relevante son los centros

comerciales que abarca a cadenas Retail y que son un foco importante a la hora de gestionar la oferta de nuestros servicios.

El resultado de esta pregunta también indica que los servicios se los puede realizar en varios escenarios, con el fin de tener operativo y generar satisfacción al cliente final.

4.1.7.-Análisis de la Demanda

La **demanda**, es la cantidad total de bienes y servicios disponibles necesarios para cubrir la necesidad real en el mercado libre.²⁸

4.1.7.1-Demanda Actual

La demanda para el presente proyecto viene dada por:

Cuadro N°21
Demanda por sector

Sector	Empresas	% por Sector
Comercio al por menor diverso	85	45%
Supermercados	36	19%
Productos de ferretería y afines	25	13%
Computadores, tecnología, electrodomésticos	30	16%
Tiendas de ropa	11	6%
Total	187	

Fuente: Revista EKOS
Elaboración: Autor de Tesis

4.1.8.-Análisis de la Oferta

La **oferta** es la cantidad total de bienes y servicios disponibles en el mercado libre.²⁹

4.1.8.1.- Oferta Actual

Cuadro N°22
Oferta por sector limpieza y mantenimiento

²⁸ <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>

²⁹ <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>

CIUDAD	PROVEEDOR
QUITO	WORKFORCE S.A.
	SFM S.A.
	GRUPO REPCON
	SEGEMANT CIA. LTDA.
	CASALIMPIA ECUADOR
	SUNSHINEAT CIA. LTDA.
	OFICOMIDA, OFILIMPIA, OFIMENSAJES
	J.D. MANTENIMIENTO CIA. LTDA.
	PERSONAL CLEAN
	LUVIHER S.A.
	LAND CLEAN DESINFECCION DE ALTO NIVEL
	MAYFRABELES CIA. LTDA.
GUAYAQUIL	CLEANSTAR S.A.
	RUBA S.A.
	ALARCAB S.A.
	CLEAN DEPOT
	MALDONADO DE LIMPIEZA SERVIMALDONADO S.A
LOJA	HOME CLEANERS S.A.
	MULTISERVICIOS ALEN CIA LTDA

Principal oferta a nivel nacional.

Elaboración: Autor de Tesis

4.1.9.- Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia de bienes o servicios entre la demanda y oferta actual.

La demanda actual de empresas Retail en la ciudad de Quito son de 187, no se considera crecimiento de nuevas empresas en este sector, por lo que la demanda se mantiene por los próximos tres años. De acuerdo con la encuesta realizada el 93% de clientes considera que si contrataría el servicio de limpieza y mantenimiento de una nueva empresa dedicada a estas cadenas.

Como oferta actual se tiene un aproximado de 19 empresas constituidas, de igual forma no se ve crecimiento para este sector en los próximos años.

Resultado de esto son 155 empresas que son potenciales clientes, de los cuales para el primer año se considera solo atender al 10% del total de demanda insatisfecha, y con la meta de a partir del segundo año incrementar a esa demanda el 5% a cada año.

Cuadro N°23
Demanda Insatisfecha

Año	EMPRESAS QUITO	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	# EMPRESA A ATENDER
2022	187	174	19	155	15
2023	187	174	19	155	23
2024	187	174	19	155	31

Elaboración: Autor de Tesis

4.1.10.- 4 P's del Marketing

4.1.9.1.- Producto (servicio)

El presente proyecto está enfocado a brindar el servicio de limpieza y mantenimiento a empresas Retail, buscando alternativas de innovación para ofrecer el mejor servicio en tiempos establecidos y entregando satisfacción a nuestros clientes.

El servicio de limpieza que se realizará:

- 1.- Limpieza general
- 2.- Limpieza al detalle
- 3.- Limpieza profunda
- 4.- Fumigación y desinfección

El servicio de mantenimiento que se realizará:

- 1.- Mantenimiento eléctrico menor
- 2.- Mantenimiento hidrosanitario
- 3.- Mantenimiento carpintería menor
- 4.- Mantenimiento pintura
- 5.- Mantenimiento obra civil menor

Servicio agregado:

- 1.- Mesa de ayuda para servicio de limpieza y mantenimiento

Estrategia:

- 1.- Ofertar el servicio con escenarios que cumplan expectativas al cliente final, brindando como valor agregado el uso de la aplicación de la mesa de ayuda para control y seguimiento de requerimientos.

4.1.9.2.- Precio (servicio)

El sector de limpieza está marcando la diferencia por la disminución de sus costos, esto en el corto plazo marca la diferencia en los factores de calidad y eficiencia. Para el presente proyecto se establece los precios de acuerdo con la necesidad de cada cliente como son:

- 1.- Se puede contratar por hora tanto para limpieza como para mantenimiento
- 2.- Se puede trabajar en base a metros cuadrados
- 3.- Se puede realizar una frecuencia para los dos servicios
- 4.- Se puede trabajar con y sin fee (Valor fijo que se paga) mensual

Estrategia: La aplicación debe contar con una lista de precios por cada servicio para que el cliente final tenga una herramienta de fácil uso para solicitar un servicio.

4.1.9.3.- Plaza (servicio)

El servicio va dirigido a las cadenas Retail de la ciudad de Quito. En el mediano plazo se debe extender a todas las cadenas Retail del Ecuador.

La logista debe ser considerado como vital para la entrega de suministro y entrega de equipos al cliente final sin desperdicio de tiempos y recursos.

Estrategia:

- 1.- El servicio se puede contratar por la aplicación, vía web y por el canal tradicional que son las personas de ventas externas.

4.1.9.3.- Promoción (servicio)

Se debe generar estrategias de promoción agresivas, y esto es con la demostración por un período de tiempo de la aplicación por medio de un demo. La página web es vital para la promoción, al igual que la aplicación debe ser amigable con el usuario y para plataformas IOS y Android.

Al tener prohibido la entrega de volantes por la pandemia que se vive actualmente, se considera realizar actividades de mensajería por WhatsApp.

Empezar con la calificación sea por medio de LOGICA o SGS, que es un trámite que puede negar el cierre de una negociación.

Invertir en la contratación de un influencer para actividades de promoción de la marca.

Gestionar actividades por cada cierto monto económico establecido como beneficio para el cliente.

Capítulo 5

5.- Estudio Legal y técnico

5.1.- Estudio Legal

La factibilidad legal realiza un análisis y evaluación de un [proyecto](#) para confirmar que cumpla con los requisitos jurídicos necesarios para su funcionamiento.³⁰

5.1.1.- Constitución de la empresa.

En nuestro país, los emprendimientos pueden llevarse a cabo mediante la aplicación de dos figuras legales:

5.1.1.1.- Empresa natural

Como persona natural, el emprendedor ejerce derechos y contrae obligaciones por sus propios derechos, es decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa.

5.1.1.2.- Empresa jurídica.

Como persona jurídica, es la nueva sociedad la que asume los derechos y obligaciones generados en la operación de la empresa, quedando a salvo la responsabilidad personal de los socios o accionistas.³¹

5.1.1.2.1.- Tipo de compañía a operar en el presente proyecto

La empresa por crear para el servicio de limpieza y mantenimiento va a operar como persona jurídica, con el tipo de compañía de responsabilidad limitada (**CIA.LTDA.**).

Las características de esta compañía son las siguientes:

- ✓ Accionistas entre dos o más personas
- ✓ Capital mínimo de 400 usd.
- ✓ Se rige ante la superintendencia de compañías.
- ✓ Se rige a la Ley de compañías

5.1.1.2.2.- Pasos para operar como persona jurídica

1.- Reserva de la denominación en el portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, www.supercias.gob.ec.

2.- Elevar a escritura pública la constitución de la compañía, en cualquier notaría y con patrocinio de un abogado.

3.- Inscribir la escritura en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía.

³⁰<https://economipedia.com/definiciones/factibilidadlegal.html#:~:text=La%20factibilidad%20legal%20evaliza%20un,con%20normas%2C%20leyes%20o%20reglamentos>.

³¹ <https://ccq.ec/wp-content/uploads/2019/01/Instructivo-legal-pra%CC%81ctico-para-emprendedores-DEF.pdf>

4.- Inscribir los nombramientos del Representante Legal y Administrador de la empresa en el Registro Mercantil.

5.- Inscribir la dirección domiciliaria de la compañía en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante formulario obtenido del portal web www.supercias.gob.ec.

6.- Obtención del RUC en el SRI.

7.- Inscribir la patente municipal de la compañía en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

8.- Registro en el IESS

9.- Permisos de funcionamiento.

5.1.1.2.3.- Permisos de funcionamiento

Para la creación de la empresa de limpieza y mantenimiento los principales permisos de funcionamiento son los siguientes:

1.- LUAE

El principal y primer permiso para obtener es la LUAE, Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas en el Distrito Metropolitano de Quito.

La LUAE es el acto administrativo con el que el Municipio de Quito autoriza al emprendedor, el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en dicha jurisdicción.

Esta licencia se obtiene mediante tres procesos administrativos: simplificado (bajo riesgo), ordinario (mediano riesgo) y especial (alto riesgo), dependiendo de la categoría de la actividad económica.

Siendo la LUAE el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica, debe ser obtenido de forma anual, hasta el 30 de abril, e integra las diferentes autorizaciones administrativas tales como:

- ✓ Uso y Ocupación de Suelo (ICUS)
- ✓ Sanidad
- ✓ Prevención de Incendios
- ✓ Publicidad exterior (Rótulo)
- ✓ Ambiental
- ✓ Turismo
- ✓ Ministerio del Interior (Intendencia de Policía), por convenio de cooperación La licencia es emitida a través de las Administraciones Zonales del Municipio, según sea la jurisdicción donde se desarrolle la actividad económica.

2.- Ministerio de Salud

Actualmente, este permiso es otorgado por el Ministerio de Salud a través del ARCSA, Agencia de Regulación y Control Sanitario, a aquellos establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

3.- Cuerpo de Bomberos

Para que un local comercial disponga del permiso del CBDMQ es necesario que previamente haya tramitado la LUAE Licencia Única de Actividades Económicas en las Administraciones Zonales del Municipio. Una vez que el usuario haya realizado ese trámite le llegará un correo electrónico para que agende su inspección de condiciones de seguridad contra incendio en el horario de su conveniencia.³²

5.1.1.2.4.- Sistema tributario

Como parte de las obligaciones tributarias de la empresa de servicios de limpieza y mantenimiento se tiene:

- 1.- Declaración del Impuesto sociedades del 22% sobre sus ingresos.
- 2.- Declaración del Impuesto del valor agregado IVA, el porcentaje actual vigente en Ecuador es del 12%. Se consideran excepciones en ciertos bienes y servicios.
- 3.- Declaración de retenciones en la fuente
- 4.- Anexo transaccional simplificado
- 5.- Anexo relación de dependencia
- 6.- Anexo de dividendos, utilidades o beneficios
- 7.- Anexo de accionistas, partícipes socios.

5.1.2.- Contratos de trabajo

Para la empresa de prestación de servicios de limpieza y mantenimiento se llega a la conclusión una vez analizado los distintos contratos que el óptimo y que se adapte a las necesidades de la nueva empresa es el que se detalla a continuación:

Parcial permanente para personal operativo

Este contrato son para actividades que se realizan en menos de las 8 horas de una jornada normal de trabajo. El pago se lo realiza por las horas laboradas.

Contrato a plazo fijo para personal administrativo

Este contrato es de tiempo limitado, dura un año y puede renovarse uno más. En este contrato se puede dar por terminado (desahucio) con una anticipación de 30 días al colaborador. Importante indicar que si pasa de dos años este contrato se hace indefinido.

5.2.- Estudio técnico

El estudio o factibilidad técnico permite determinar si la empresa a crearse cuenta con el conocimiento necesario en procedimientos y metodología de trabajo, al mismo tiempo

³² <https://ccq.ec/wp-content/uploads/2019/01/Instructivo-legal-pra%CC%81ctico-para-emprendedores-DEF.pdf>

analizar la infraestructura y equipos a utilizar en la implementación de la empresa de servicios de limpieza y mantenimiento.

5.2.1.- Infraestructura e instalaciones y Espacio

Se considera para el presente proyecto un espacio mínimo de 100 m², con una infraestructura en lo posible no supere los 10 años de construcción.

En este espacio se debe contar con todos los servicios básicos e instalaciones para el óptimo desempeño de actividades. Como principales instalaciones tenemos:

- ✓ Agua
- ✓ Luz
- ✓ Internet
- ✓ Telefonía

De acuerdo con información, la infraestructura es importante de cara hacia el cliente para la validación como empresa existente y que cuente con todas las características necesarias.

5.2.1.1.- Distribución de espacio

En el presente proyecto se considera lo siguiente:

- 1.- Espacio físico para recepción y atención al cliente
- 2.- Espacio físico para capacitación
- 3.- Espacio físico para servicios básicos (baño-comedor)
- 4.- Espacio físico para Departamento Comercial y operativo
- 5.- Espacio físico para Departamento administrativo
- 6.- Espacio físico para bodega

5.2.1.2.- Equipos para espacio y distribución en plano

- 1.- Espacio físico para recepción y atención al cliente:

Cuadro N°24

Distribución de espacio para recepción y atención al cliente

Cantidad	Equipo	Ubicación
1	Escritorio	Recepción
1	Silla tipo malla	Recepción
1	Sillón bipersonal	Atención cliente

1	Computadora All in one	Recepción
1	Teléfono	Recepción
1	Suministros de oficina	Recepción
1	Decoración	Recepción
1	Mesa decorativa	Atención cliente

Elaboración: Autor de Tesis

2.- Espacio físico para capacitación

Cuadro N°25

Distribución de espacio para capacitación

Cantidad	Equipo	Ubicación
1	Escritorio	Capacitación
1	Silla tipo malla	Capacitación
1	Pizarrón	Capacitación
1	Pizarrón vidrio	Capacitación
1	Suministros de oficina	Capacitación

Elaboración: Autor de Tesis

3.- Espacio físico para servicios básicos (baño-comedor)

Cuadro N°26

Distribución de espacio para servicios básicos

Cantidad	Equipo	Ubicación
1	Tacho basura baño	Servicios básicos
1	Tacho basura comedor	Servicios básicos
1	Microondas	Servicios básicos
1	Dispensador agua	Servicios básicos
1	Suministros de cafetería	Servicios básicos
1	Dispensador de jabón	Servicios básicos

Elaboración: Autor de Tesis

4.- Espacio físico para Departamento Comercial y operativo

Espacio tipo open space:

Cuadro N°27

Distribución de espacio para departamento comercial y operativo

Cantidad	Equipo	Ubicación
1	Escritorio doble lado	Comercial y operativo
2	Sillas tipo malla	Comercial y operativo
2	Teléfonos	Comercial y operativo
2	Computadoras All in one	Comercial y operativo
1	Impresora Outsourcing	Comercial y operativo

Elaboración: Autor de Tesis

5.- Espacio físico para Departamento administrativo

Cuadro N°28

Distribución de espacio para departamento administrativo

Cantidad	Equipo	Ubicación
1	Escritorio doble lado	Administrativo
2	Sillas tipo malla	Administrativo
2	Teléfonos	Administrativo
2	Computadoras All in one	Administrativo

Elaboración: Autor de Tesis

6.- Espacio físico para bodega

Cuadro N°29

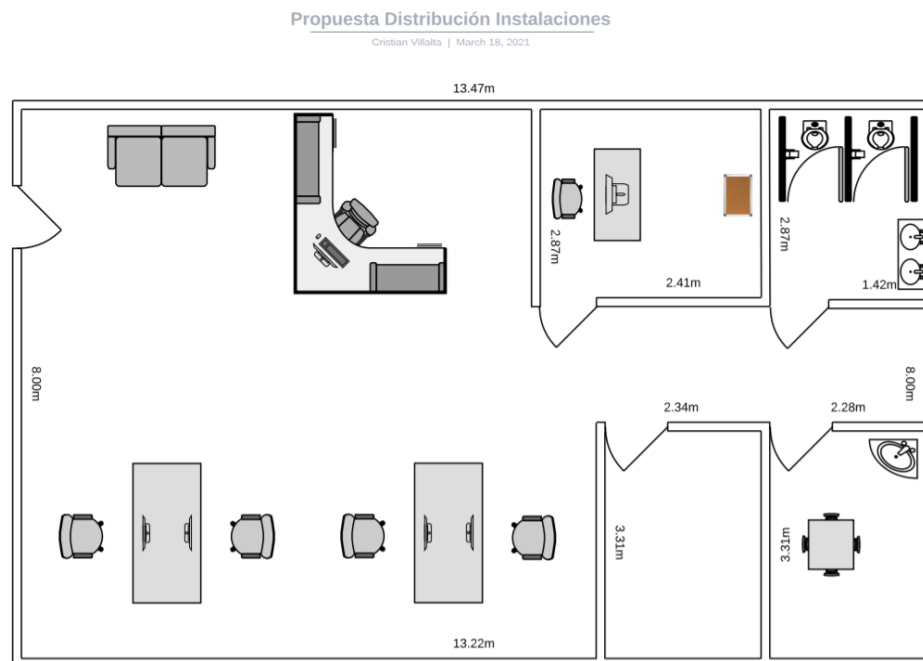
Espacio para bodega

Cantidad	Equipo	Ubicación
1	Rack tipo estantería	Bodega

Elaboración: Autor de Tesis

Gráfico N°23

Plano con propuestas de Distribución Instalaciones



Elaboración: Autor de Tesis

5.2.1.3.- Capacidad por ubicación:

Cuadro N°30

Capacidad por ubicación

Espacio	Cantidad
Recepción y servicio al cliente	4 personas
Capacitación	5 personas
Servicios básicos	4 personas
Comercial y operativo	2 personas
Administrativo	2 personas
Bodega	2 personas

Elaboración: Autor de Tesis

5.2.2.- Equipos & Suministros

5.2.2.1.- Equipos & suministros para InstalacionesMuebles y enseres:

Cuadro N°31

Detalle Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad
Sillas tipo malla	6
Bancos para comedor	3
Escritorio tipo open space	2
Escritorio	2
Sillón bipersonal	1
Mesa decorativa	1
Pizarrón	1
Rack tipo estantería	1
Microondas	1
<i>Pizarrón vidrio</i>	1

Elaboración: Autor de TesisEquipo de cómputo:

Cuadro N°32

Detalle Equipo de Cómputo

Detalle	Cantidad
Computadoras All in one	5

Elaboración: Autor de Tesis

Equipo de oficina:

Cuadro N°33

Detalle Equipo de Oficina

Detalle	Cantidad
Teléfonos	4
Dispensador agua	1
Teléfono	1

Elaboración: Autor de Tesis

Suministros Limpieza:

Cuadro N°34

Detalle Suministros limpieza

Detalle	Cantidad
Basureros	5
Tacho basura comedor	1
Dispensador de jabón	1
Tacho basura baño	1

Elaboración: Autor de Tesis

Suministros Oficina:

Cuadro N°35

Detalle Suministros Oficina

Detalle	Cantidad
Suministros de oficina	2
Decoración	1

Elaboración: Autor de Tesis

Suministros Cafetería:

Cuadro N°36

Detalle Suministros Cafetería

Detalle	Cantidad
Suministros de cafetería	1

Elaboración: Autor de Tesis

5.2.2.2.- Equipos & suministros para servicio de limpieza y mantenimiento

Maquinaria y Equipo:

Cuadro N°37

Detalle Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad
Aspiradoras Robot Inteligente	3
Aspiradoras Mochila Makita	3
Ozonificador	3
Abrillantadora	1
Tablet	3
Robot para barrer inteligente	1

Elaboración: Autor de Tesis

Suministros de Limpieza:

Cuadro N°38

Detalle Suministros Limpieza

Detalle	Cantidad
Exprimidor eléctrico	2
Limpia cristal eléctrico	2
Radio & accesorios comunicación	3
Señalética	6
Palas recolectoras de basura	3
Escobas	3
Mopas barredoras	3
Trapeador eléctrico	3
Fundas de basura plásticas reutilizables	100
Fundas de basura plásticas reutilizables	100
Fundas de basura plásticas reutilizables	100
Juego de herramientas menores	3
Cofia	12
Microfibras	12
Atomizadores	6
Rollo de cinta plástica de precaución	1
Estropajos	6
Guantes	6
Lavavajillas	3

Elaboración: Autor de Tesis

Suministros de Limpieza Biodegradable:

Cuadro N°39

Detalle Suministros Limpieza Biodegradables

Detalle	Cantidad
Cloro	1
Amonio cuaternario	1
Desinfectante	1
Ambiental	1
Arranca grasa	1

Elaboración: Autor de Tesis

5.3.- Procesos del servicio de limpieza y mantenimiento.

El Mapeo de procesos AS IS / TO BE es una herramienta de gestión que ayuda en la descripción y la mejora de los procesos internos de la organización. Se dedica a la exploración del negocio de la empresa a través de metodologías y prácticas utilizadas en las actividades del día a día.³³

Bajo esta herramienta de gestión de mapeo de procesos AS IS TO-BE, se basará el proyecto para implementar el servicio de limpieza y mantenimiento.

5.3.1.- Proceso de captación de clientes.

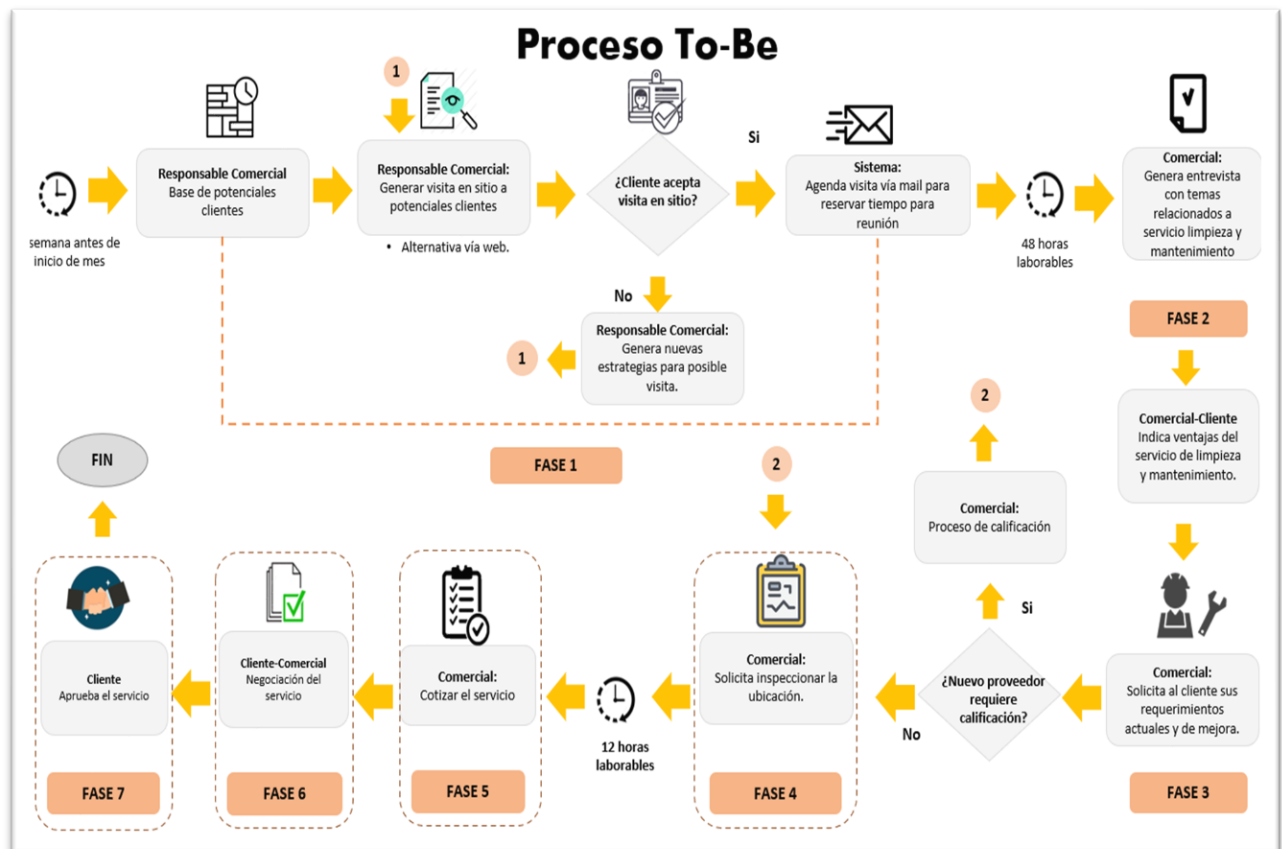
5.3.1.1.- Actividades:

- 1.- Buscar potenciales clientes por medio de vendedores
- 2.- Generar visita en sitio con potenciales clientes
- 3.- Entrevistar al potencial cliente tratando temas relacionados al servicio de limpieza y mantenimiento.
- 4.- Indicar al potencial cliente de las ventajas que tiene la nueva empresa
- 5.- Solicitar al cliente sus requerimientos actuales y de mejora en el caso de ya contar con el servicio de limpieza y mantenimiento
- 6.- Preguntar al potencial cliente si una empresa nueva requiere de calificación como proveedor
- 7.- Solicitar inspeccionar las ubicaciones de matriz, sucursales u otros
- 8.- Cotizar el servicio
- 9.- Negociación del servicio entre cliente y proveedor
- 10.- Aprobación del servicio

5.3.1.2.- Proceso To-Be:

³³ <https://blog.neomind.com.br/es/que-es-el-mapeo-de-procesos-as-is-to-be/>

Gráfico N°24
Captación Clientes



Elaboración: Autor de Tesis

5.3.2.- Proceso de adquisición productos para servicio de limpieza y mantenimiento

5.3.2.1.- Actividades:

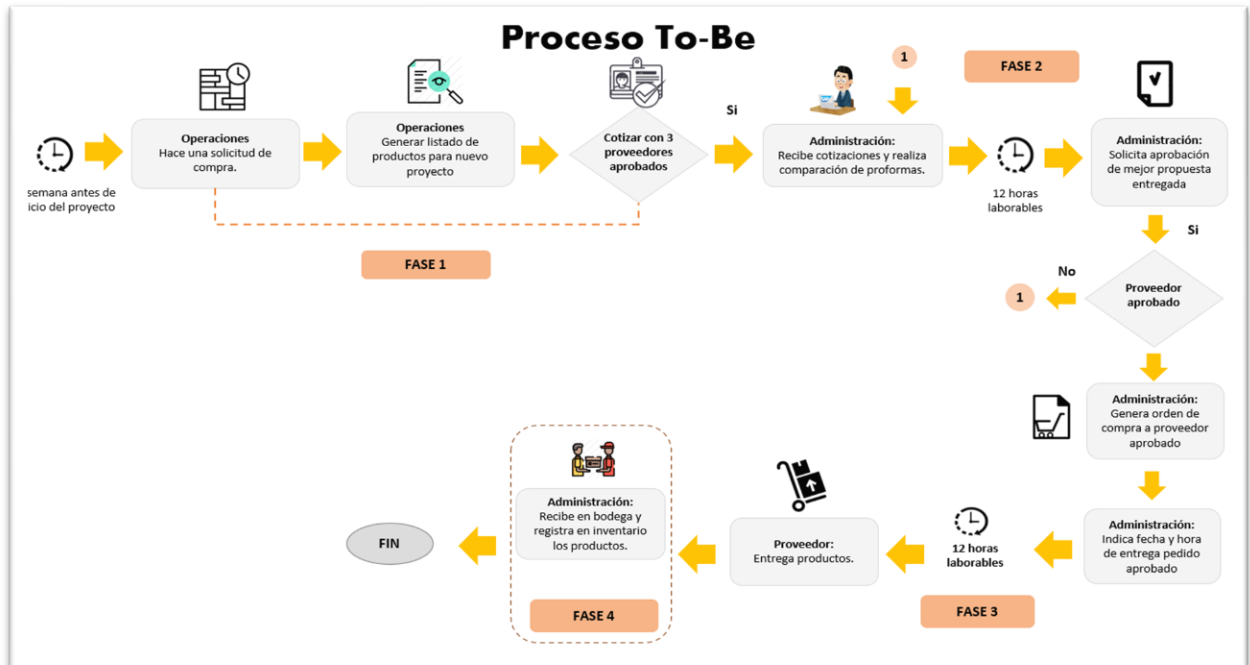
- 1.- Solicitud de compra
- 2.- Lista de productos para nuevo proyecto
- 3.- Cotizar con los tres proveedores aprobados
- 4.- Receptar cotización y realizar comparación de proformas
- 5.- Solicitar aprobación de la mejor propuesta
- 6.- Aprobación de proforma
- 7.- Administración genera orden de compra
- 8.- Indicar a proveedor seleccionado día y hora de entrega de productos
- 9.- Proveedor entrega productos
- 10.- Cliente recibe y registra en su inventario los productos

11.- Operaciones solicita el tercer jueves de cada mes reposición de suministros.

5.3.2.2.- Proceso To-Be

Gráfico N°25

Adquisición de producto

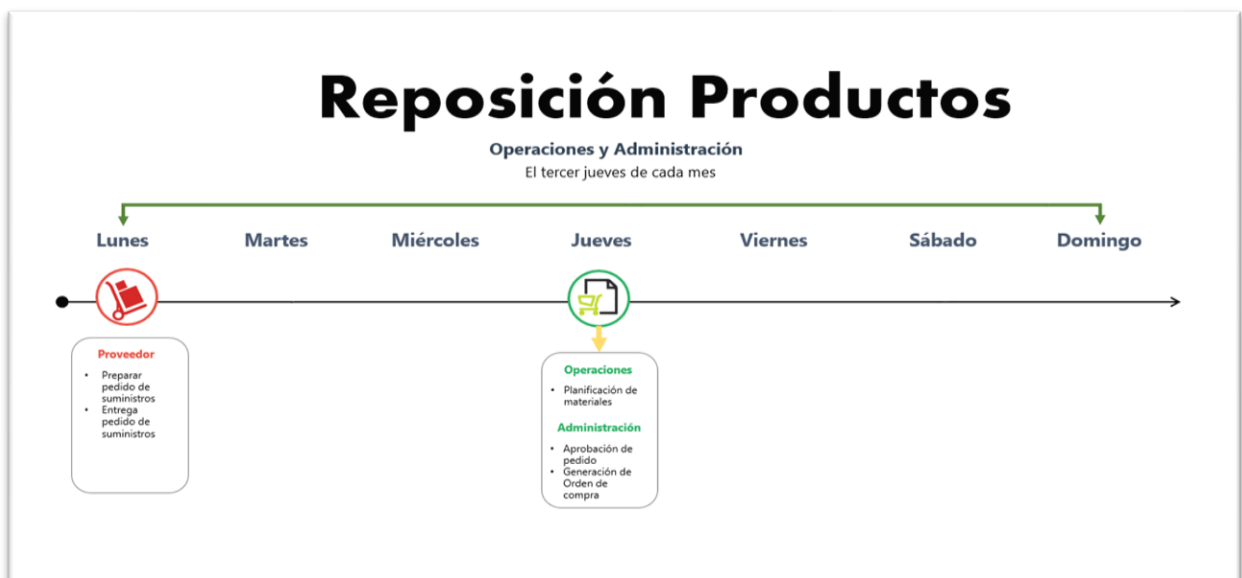


Elaboración: Autor de Tesis

5.3.2.3.- Proceso Reposición To-Be

Gráfico N°26

Reposición de Producto



Elaboración: Autor de Tesis

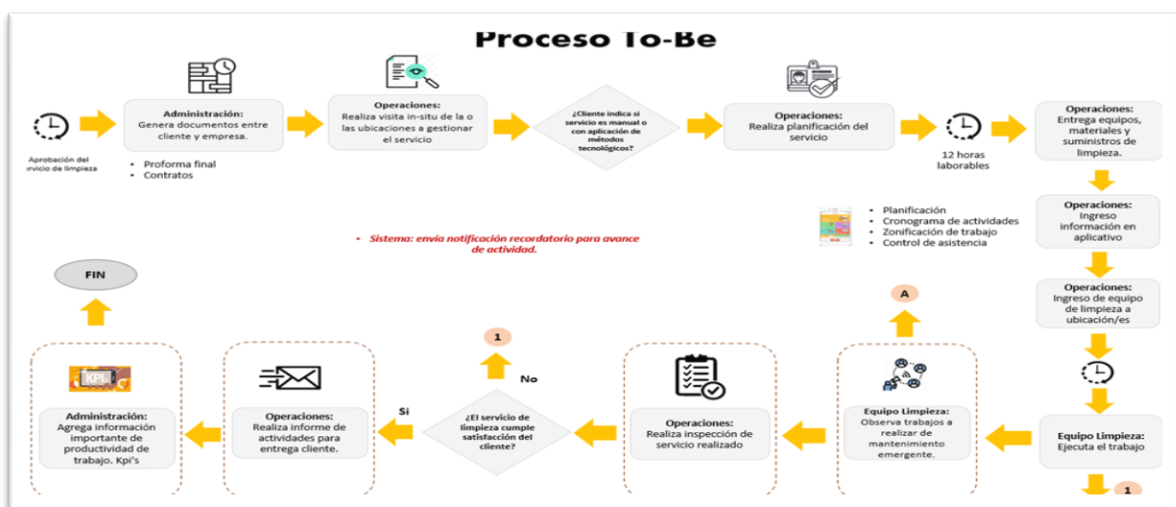
5.3.3.- Proceso de Limpieza general

5.3.3.1.- Actividades

- 1.- Aprobación del servicio de limpieza
- 2.- Administración genera documentos administrativos entre cliente y empresa.
- 3.- Operaciones realiza visita in-situ de ubicación a realizar servicio
- 4.- Cliente indica si el servicio es manual o con aplicación de métodos tecnológicos
- 5.- Planificación del servicio
- 6.- Entrega de equipos, materiales y suministros de limpieza
- 7.- Ingreso de información de aplicación para conocer planificación, cronograma de actividades, zonificación de trabajo y control de asistencia.
- 8.- Equipo de limpieza ingresa a ubicación.
- 9- Equipo de limpieza realiza el servicio.
- 10.- Equipo de limpieza observa trabajos a realizar de mantenimiento emergente.
- 11.- Operaciones realiza inspección de servicio realizado
- 12.- Operaciones gestiona satisfacción de cliente
- 14.- Operaciones realiza informe de actividades para entregar a cliente.
- 15.- Administración agrega información relevante sobre productividad de trabajo del equipo de limpieza semanalmente.

5.3.3.1.- Proceso To-Be limpieza general

Gráfico N°27
Limpieza en General



Elaboración: Autor de Tesis

5.3.4.- Proceso de mantenimiento emergente

5.3.4.1.- Actividades

- 1.- Cliente tiene necesidad de realizar un mantenimiento emergente
- 2.- Cliente ingresa a la app y selecciona dentro del catálogo el servicio a solicitar.
- 3.- Cliente aprueba el mantenimiento emergente
- 4.- Proveedor gestiona el mantenimiento emergente con una preinspección
- 5.- Proveedor ejecuta el mantenimiento del servicio solicitado
- 6.- Proveedor tiene 4 horas para cargar el informe de mantenimiento y documento de respaldo.
- 7.- Cliente aprueba informe
- 8.- Cliente tiene 8 horas para cerrar dentro del aplicativo o pc el servicio realizado.

5.3.4.2.- Proceso Mantenimiento Emergente TO-BE

Gráfico N°28

Mantenimiento Emergente



Elaboración: Autor de Tesis

5.4.- Actividades varias de limpieza y mantenimiento

5.4.1.- Manejo de desechos

La empresa empieza con el compromiso de las 3 R del reciclaje, por lo cual se aporta con lo siguiente:

- 1.- Reduce: como estrategia se tiene la implementación de tecnología para evitar la utilización abundante de agua.
- 2.- Reutiliza: como estrategia se tiene la reutilización de los galones de químicos biodegradables a usar.
- 3.- Recicla: como estrategia se tiene la implementación de puntos de recolección de plástico.

Los desechos serán recolectados en tachos de basura debidamente identificados, para de esta manera recolectar todos aquellos desechos que sean reciclables, y aquellos desechos que sean de origen orgánico.

- Ejemplos de desechos reciclables: botellas de plásticos, papel, entre otros.
- Ejemplos de desechos orgánicos: cascara de plátano, alimentos, entre otros.

Como socio de trabajo para la recolección de materiales reciclables, se tiene a la empresa Graham. Esta recolección tiene un valor económico que puede ser utilizado en beneficio del cliente con estrategias de servicios adicionales. O a su vez este mismo ingreso puede ser donado a fundaciones caninas que en la actualidad es el boom en actividades de servicio social.

5.4.2.- Distribución de suministros líquidos

- La empresa al adquirir canecas de productos químicos biodegradables para gestionar la correcta limpieza, y generar una mayor productividad se entregará en galones y frascos brandeados con el nombre de cada químico para evitar desperdicios de tiempo.

Capítulo 6

6.- Estudio organizacional

Determina si existe una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que provoquen un mejor aprovechamiento de los recursos.³⁴

6.1.- Filosofía de la empresa

6.1.1.- Visión

Consolidarse como una de las empresas más reconocidas en todo el sector Retail, en un tiempo de 5 años demostrando nuestro compromiso, responsabilidad e innovación con el cliente mediante la realización de un servicio de limpieza y mantenimiento de calidad.

6.1.2.- Misión

Ofrecer el servicio de limpieza y mantenimiento a empresas del sector Retail, generando confianza, satisfacción, altos estándares de calidad y compromiso hacia los clientes y constante innovación.

6.1.3.- Objetivos Empresariales

6.1.3.1.- Objetivos generales

Brindar servicios de limpieza y mantenimiento a empresas del sector Retail con altos estándares de calidad, generando constante innovación y profesionalismo en la personalización del servicio.

6.1.3.2.- Objetivos específicos

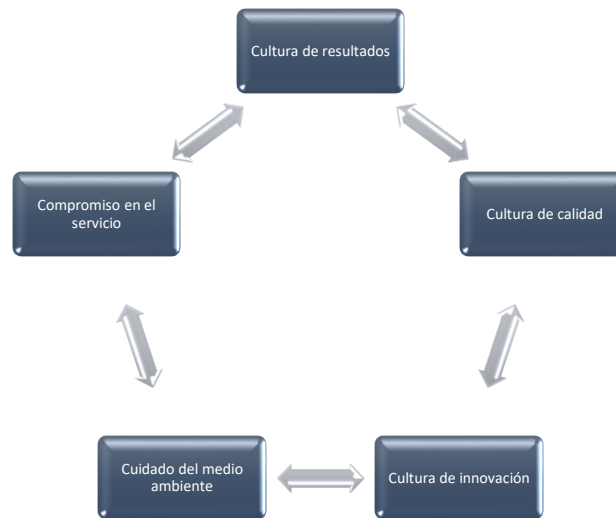
- Generar confianza en clientes del sector Retail, cambiando la percepción del actual servicio de limpieza y mantenimiento que tienen actualmente.
- Optimizar el control del recurso operativo, para mejorar la productividad, por medio de la utilización de kpi's.
- Ser amigable con el medio ambiente, incorporando tecnología en el servicio de limpieza.

6.1.4.- Principios y valores

³⁴ <https://es.slideshare.net/alejandromillan31/tipos-de-factibilidad>

6.1.4.1.- Principios

Gráfico N°29
Principios de la empresa

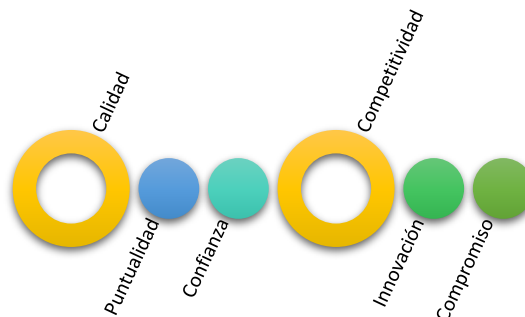


Elaboración: Autor de Tesis

- **Cultura de resultados:** Generar crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa.
- **Cultura de calidad:** Generar una mejora continua, para aumentar eficiencia, eficacia y productividad, lo que permita tener una satisfacción continua del cliente.
- **Cultura de Innovación:** Generar un plan operativo de cambio de procesos de la mano de la tecnología y nuevas tendencias, convirtiéndonos en socios estratégicos con nuestros clientes.
- **Cuidado del medio ambiente:** Este principio se complementa con la utilización de productos biodegradables, y con el uso de herramientas tecnológicas menos invasivas hacia el medio ambiente.
- **Compromiso con el servicio:** Generar un alto grado de satisfacción hacia las empresas, con el compromiso de elevar constantemente el nivel de servicio de limpieza y mantenimiento.

6.1.4.1.- Valores

Gráfico N°30
Valores de la empresa



Elaboración: Autor de Tesis

- **Calidad:** Se da por la eficiencia, eficacia y alta productividad en la entrega del servicio de limpieza y Mantenimiento y los valores agregados que se brinde.
- **Puntualidad:** Se enfoca en la acción inmediata sea al requerimiento del servicio de limpieza o mantenimiento.
- **Confianza:** Se genera por la satisfacción de los clientes.
- **Competitividad:** Generar estrategias y valores agregados que el cliente vea como único a la empresa.
- **Innovación:** Día a día buscar alternativas de mejora, anclándonos a las tendencias de camino al future.
- **Compromiso:** Es el motor principal para la empresa, generando satisfacción absoluta del cliente, desde la calidad, puntualidad, confianza, competitividad y la continua Innovación.

6.2.- Estructura organizacional

Robbins (1987) define la estructura de la organización como «el marco de la organización», haciendo la siguiente comparación: «si los seres humanos tienen esqueletos que definen sus parámetros, las organizaciones tienen estructuras que definen los suyos».³⁵

La estructura organizacional para la empresa Cristian Villalta permite establecer el rol que va a tener cada colaborador, así como sus funciones y departamento

³⁵ Robbins.(1987)

al cual va a pertenecer, para con ello tener un nivel alto de eficacia, eficiencia y productividad en el desempeño de su trabajo a realizar.

La estructura organizacional de Cristian Villalta se lo determina de la siguiente manera:

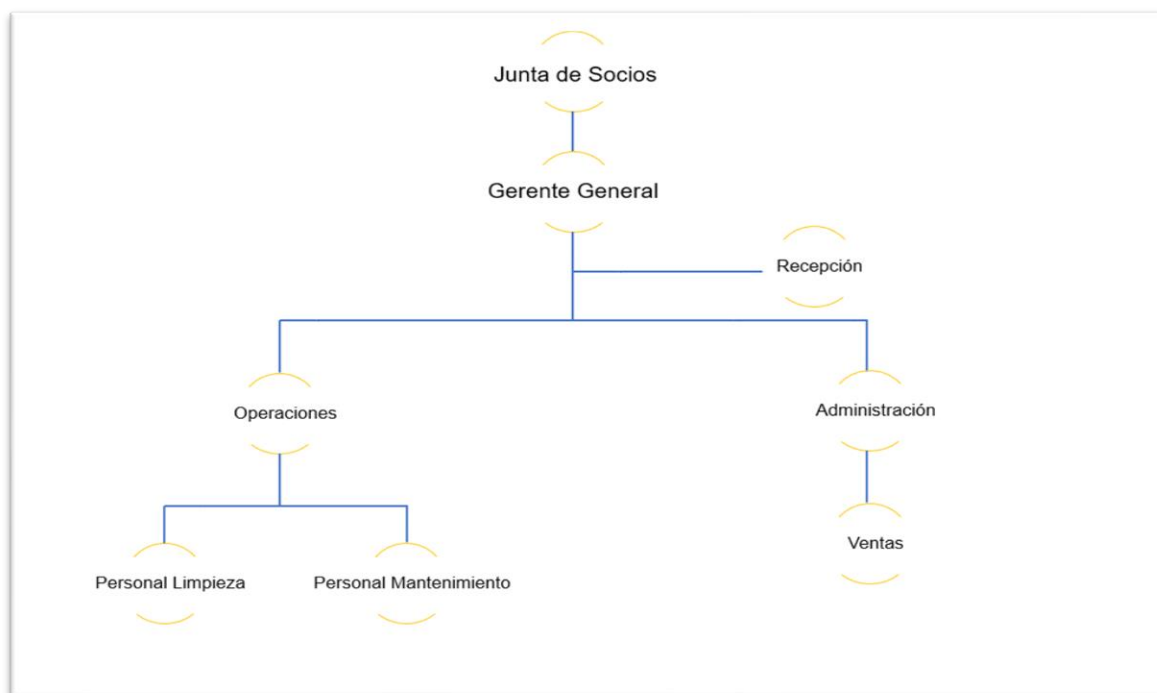
- Organigrama estructural
- Organigrama funcional

6.2.1.- Organigrama estructural

El organigrama estructura presenta la estructura administrativa de la empresa. En el mismo se determina el grado de autoridad y responsabilidad de cada departamento o área.

El organigrama estructural para Cristian Villalta es de tipo vertical como se detalla a continuación:

Gráfico N°31
Organigrama estructural

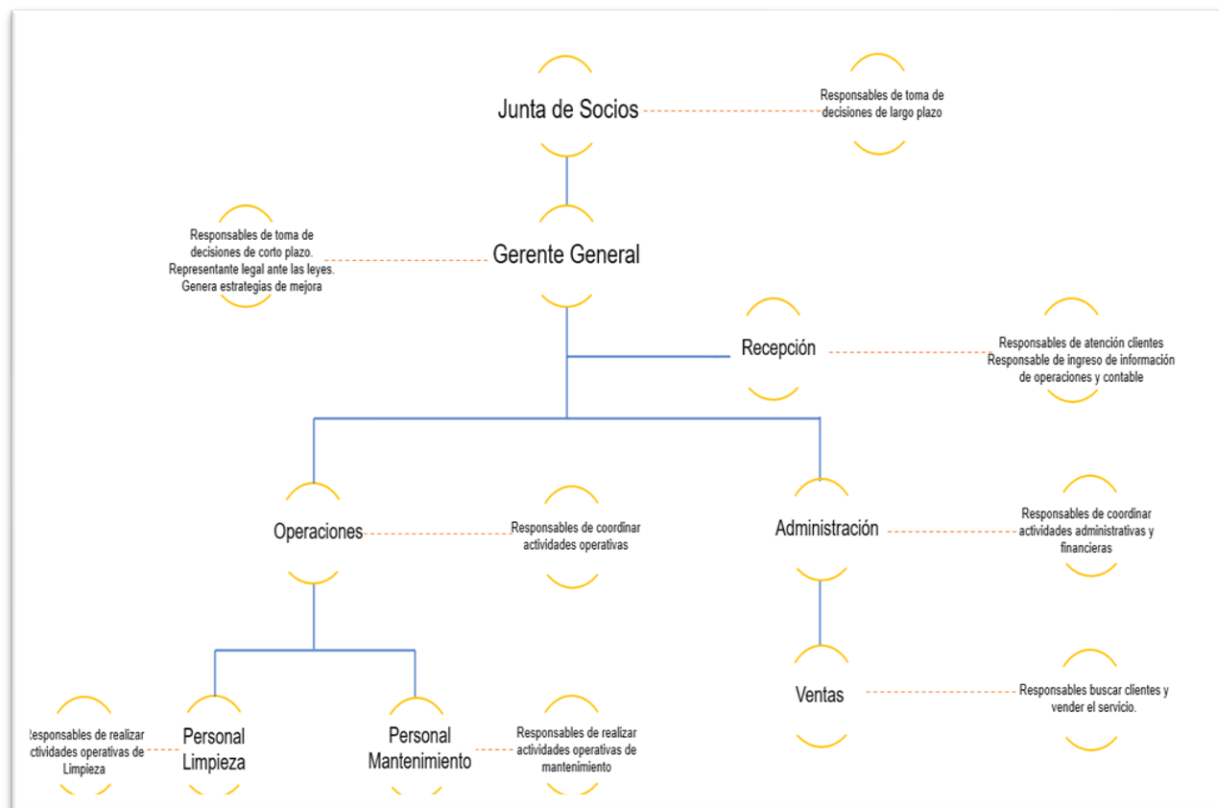


Elaboración: Autor Tesis

6.2.2.- Organigrama funcional

El organigrama práctico permite conocer las funciones de cada usuario de cada departamento, donde se detallan las actividades a realizar y roles a cumplir.

Gráfico N°32
Organigrama funcional



Elaboración: Autor de Tesis

Funciones Generales

Junta de Accionistas

Función principal: Responsables de la toma de decisiones de largo plazo.

Gerente General

Función principal: Responsable de la toma de decisiones de corto plazo. Es el representante legal ante las leyes. Genera estrategias de mejora continua para la organización.

Recepción

Función principal: Responsable de atención a los clientes internos y externos. Responsable de ingreso de información de operaciones contables.

Operaciones

Función principal: Responsable de coordinar actividades operativas con los clientes y personal operativo.

Administración

Función principal: Responsable de coordinar actividades administrativas y financieras.

Personal de limpieza

Función principal: Responsables de realizar actividades operativas de limpieza

Personal de Mantenimiento

Función principal: Responsables de realizar actividades operativas de mantenimiento preventivos, correctivos y emergentes.

Ventas

Función principal: Responsables de captar clientes y vender el servicio de limpieza y mantenimiento. Son el motor principal de la empresa a nivel comercial.

Capítulo 7

7.- Estudio Económico-Financiero

La importancia del estudio económico radica en identificar la inversión y capital de trabajo real para el presente proyecto, de ahí partir para conocer la fuente de financiamiento.

7.1.- Presupuesto de Inversiones:

La inversión necesaria para ejecutar el presente proyecto de servicio de limpieza y mantenimiento es de **\$119.488**

Cuadro N°40
Presupuesto Inversión

Inversión	Valor
Activos Fijos Tangibles	\$24.891
Activos Fijos Intangibles	\$1.780
Costos directos de operación	\$38.239
Costos indirectos de operación	\$12.704
Remuneración	\$33.135
Arriendos	\$3.000
Servicios básicos	\$1.380
Depreciación	\$1.132
Seguros	\$83
Movilización	\$1.800
Publicidad	\$1.344
	\$119.488

Elaboración: Autor Tesis

A continuación, se presenta el detalle de activos fijos tangibles e intangibles que se necesita para el cumplimiento de las actividades en la prestación del servicio de limpieza y mantenimiento.

7.1.1.- Activos Fijos

Los activos fijos son todos aquellos que una empresa adquiere, estos pueden ser tangibles o intangibles y son para uso y explotación y que la misma pueda funcionar de manera eficiente, y se obtenga beneficios a través de su operación.

Cuadro N°41
Activos Fijos

Inversión	Valor
Activos Fijos Tangibles	\$24,891.30
Activos Fijos Intangibles	\$1,780.00
	\$26,671.30

Elaboración: Autor Tesis

7.1.1.1.- Activos Tangibles

Los activos tangibles se definen como todos los bienes que se pueden palpar y visualizar, y son utilizados para la operación normal y de forma continua de una empresa.

Activos Fijos para servicio:

Cuadro N°42
Activos fijos tangibles

Inversión Activos Fijos Servicio					
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	12% Iva	Total	Marca
Maquinaria y Equipo					
Aspiradoras Robot Inteligente	3	\$1,680.75	\$0.00	\$5,042.25	DRC200Z
Aspiradoras Mochila Makita	3	\$330.75	\$0.00	\$992.25	DVC261Z
Ozonificador	3	\$295.00	\$35.40	\$991.20	
Abrillantadora	1	\$1,910.00	\$229.20	\$2,139.20	
Tablet	3	\$200.00	\$24.00	\$672.00	
				\$9,836.90	
App	1	\$1,000.00	\$120.00	\$1,120.00	
Robot para barrer inteligente	1	\$8,060.00	\$0.00	\$8,060.00	
Subtotal Maquinaria y Equipo				\$19,016.90	
Total, Activos Fijos Servicio				\$19,016.90	

Activos fijos para instalaciones:

Inversión Activos Fijos Instalaciones				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	12% Iva	Total
Muebles y Enseres				
Sillas tipo malla	6	\$125.00	\$15.00	\$840.00
Bancos comedores	3	\$80.00	\$9.60	\$268.80
Escritorio tipo open space	2	\$150.00	\$18.00	\$336.00
Escritorio	2	\$150.00	\$18.00	\$336.00
Sillón bipersonal	1	\$125.00	\$15.00	\$140.00
Mesa decorativa	1	\$125.00	\$15.00	\$140.00
Pizarrón	1	\$50.00	\$6.00	\$56.00
Rack tipo estantería	1	\$125.00	\$15.00	\$140.00
Microondas	1	\$150.00	\$18.00	\$168.00
Pizarrón vidrio	1	\$80.00	\$9.60	\$89.60
Subtotal Muebles y Enseres				\$2,514.40
Equipos Computo				
Computadoras All in one	5	\$550.00	\$66.00	\$3,080.00
Subtotal Equipos Computo				\$3,080.00
Equipos Oficina				

Teléfonos	5	\$25.00	\$3.00	\$140.00
Dispensador agua	1	\$125.00	\$15.00	\$140.00
Subtotal Equipos Oficina				\$280.00

Total, Activos Fijos Instalaciones	\$5,874.40
---	-------------------

Total, Activos Fijos	\$24,891.30
-----------------------------	--------------------

Elaboración: Autor Tesis

7.1.1.2.- Activos Diferidos

Los activos diferidos son todos los bienes o servicios que una empresa paga anticipadamente, así no se hayan utilizado, y para el presente proyecto se consideran los siguientes:

Cuadro N°43
Activos fijos diferidos

Inversión Activos Diferidos				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	12% Iva	Total
Gastos Organización				
Gasto Constitución	1	\$1,000.00	120	\$1,120.00
Permisos y Patentes	1	\$100.00	\$0.00	\$100.00
Estudio Proyecto	1	\$500.00	60	\$560.00
				\$1,780.00

Subtotal Gastos Organización	\$1,780.00
-------------------------------------	-------------------

Total, Activos Diferidos	\$1,780.00
---------------------------------	-------------------

Elaboración: Autor Tesis

7.1.2.- Capital de Trabajo

El capital de trabajo son los recursos económicos con los que cuenta la empresa para cubrir obligaciones en el corto plazo. Es el dinero con el que se cuenta para dar inicio al ciclo productivo de un proyecto.

Cuadro N°44
Capital de Trabajo

Inversión	Valor
Costos directos de operación	\$38.239
Costos indirectos de operación	\$12.704

Gastos Administración	\$38.729
Gastos Ventas	\$3.144
	\$92.816

Elaboración: Autor Tesis

7.1.2.1.- Capital de Trabajo por ciclo de caja

El presente proyecto, debe tener un ciclo de caja de 180 días, ante ello se realiza el cálculo para afrontar 6 meses todo lo relacionado a Capital de trabajo, a partir del sétimo mes la empresa debe empezar a generar flujo con los ingresos por el pago de servicios realizados.

Cuadro N°45

Capital de trabajo por ciclo de caja

Inversión	Valor Anual	Valor por Día	Ciclo Días
			180
Costos directos de operación	\$38.239	\$106,22	\$19.120
Costos indirectos de operación	\$12.704	\$35,29	\$6.352
Gastos Administración	\$38.729	\$107,58	\$19.365
Gastos Ventas	\$3.144	\$8,73	\$1.572
	\$92.816		\$46.408

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.- Calculo de costos operación

Cuadro N°46

Costos de Operación

Inversión	Valor Anual
Costos directos de operación	\$38.239,34
Costos indirectos de operación	\$12.703,84
	\$50.943,18

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.1.- Presupuesto de costos de operación directa

Cuadro N°47

COD

Costos Directos	Valor anual
Productos Químicos	\$2.743
Materiales directos	\$3.304
Mano de Obra Directa	\$32.192
	\$38.239

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.1.1.- Presupuesto de productos químicos

Cuadro N°48
Productos Químicos

Suministros Limpieza Biodegradables	Cantidad Semestral	Valor Unitario	12% Iva	Costo Mensual	Costo Anual
Cloro	5	\$18.55	12%	\$103.90	\$623.40
Amonio cuaternario	5	\$18.55	12%	\$103.90	\$623.40
Desinfectante	5	\$18.55	12%	\$103.90	\$623.40
Ambiental	5	\$18.55	12%	\$103.90	\$623.40
Arranca grasa	2	\$18.55	12%	\$41.56	\$249.36
Subtotal Suministros Limpieza Biodegradables				\$457.16	\$2,742.96

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.1.2.- Presupuesto de materiales directos

Cuadro N°49
Materiales directos

Inversión Suministros Servicios				
Concepto	Cantidad Anual	Valor Unitario	12% Iva	Costo Anual
Suministros Limpieza				
Exprimidor eléctrico	2	\$300,00	12%	\$672,00
Limpia cristal eléctrico	2	\$200,00	12%	\$448,00
Radio & accesorios comunicación	3	\$75,00	12%	\$252,00
Trapeador eléctrico	2	\$150,00	12%	\$336,00
Señalética	6	\$15,00	12%	\$100,80
Juego de herramientas menores	3	\$100,00	12%	\$336,00
Concepto	Cantidad Bimensual	Valor Unitario	12% Iva	Costo Anual
Palas recolectoras de basura	3	\$5,00	12%	\$100,80
Escobas	3	\$5,00	12%	\$100,80
Mopas barredoras	3	\$15,00	12%	\$302,40
Fundas de basura plásticas reutilizables	100	\$0,10	12%	\$67,20
Fundas de basura plásticas reutilizables	100	\$0,10	12%	\$67,20
Fundas de basura plásticas reutilizables	100	\$0,10	12%	\$67,20
Cofia	12	\$1,50	12%	\$120,96
Microfibras	12	\$1,25	12%	\$100,80
Atomizadores	6	\$1,50	12%	\$60,48
Rollo de cinta plástica de precaución	1	\$3,00	12%	\$20,16
Estropajos	6	\$1,50	12%	\$60,48

Guantes	6	\$1,00	12%	\$40,32
Lavavajillas	3	\$2,50	12%	\$50,40
Subtotal Suministros Limpieza				\$3.304,00

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.1.3.- Presupuesto de mano de obra directa

El presupuesto se basa en el personal operativo que genera los servicios de limpieza y mantenimiento. En el presente proyecto se empieza con 4 personas para el servicio de limpieza y 1 persona polifuncional con conocimientos de mantenimiento.

Cuadro N°50

MOD

Operarios	Meses	SBU	Aporte Personal	DCS	DTS	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Total	
			9.45%				11.15%	8.33%		
1	1	\$410.00	38.745	\$34.17	\$34.17	\$17.08	45.715	34.153	\$537	Valor Mensual
1	12	\$410.00	38.745	\$34.17	\$34.17	\$17.08	45.715	34.153	\$6,438	Valor Anual
5	1	\$410.00	38.745	\$34.17	\$34.17	\$17.08	45.715	34.153	\$2,683	Valor Mensual
5	12	\$410.00	38.745	\$34.17	\$34.17	\$17.08	45.715	34.153	\$32,192	Valor Anual
Subtotal MOD									\$32,192	

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.2.- Presupuesto de costos de operación indirecta

Cuadro N°51

COI

Costos Indirectos	Valor anual
Mano de Obra Indirecta	\$8.637
Materiales Indirectos	\$1.281
Mantenimiento Activos Servicio	\$226
Depreciación Activos Servicio	\$2.001
Provisión Seguro Activos Servicio	\$558
	\$12.704

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.2.1.- Presupuesto de mano de obra indirecta

El presupuesto se basa en 1 persona que supervise los trabajos operativos de limpieza y mantenimiento.

Cuadro N°52
Mano de Obra Indirecta

Supervisión	Meses	SBU	Aporte Personal	DCS	DTS	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Total	
			9,45%				11,15%	8,33%		
1	1	\$550,00	51,975	\$45,83	\$45,83	\$22,92	61,325	45,815	\$720	Valor Mensual
1	12	\$550,00	51,975	\$45,83	\$45,83	\$22,92	61,325	45,815	\$8.637	Valor Anual

Subtotal MOI	\$8.637
---------------------	----------------

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.2.2.- Presupuesto de uniformes

Cuadro N°53
Uniformes

Concepto	Cantidad Anual	Valor Unitario	12% Iva	Costo Anual
Uniformes				
Uniformes	15	\$30,00	12%	\$504,00
Pantalón + Buzo + Mascarilla + Cofia				
Subtotal Uniformes				\$504,00

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.2.3.- Presupuesto de suministros de Bioseguridad

Cuadro N°54
Suministros de Bioseguridad

Concepto	Cantidad Semestral	Valor Unitario	12% Iva	Costo Anual
Suministros bioseguridad				
Alcohol (canecas)	3	\$40,00	\$4,80	\$268,80
Gel anti bacterial (canecas)	3	\$52,46	\$6,30	\$352,53
Subtotal Suministros Bioseguridad				\$621,33

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.2.4.- Presupuesto de suministros de mantenimiento

Cuadro N°55
Suministros Mantenimiento

Concepto	Cantidad Semestral	Valor Unitario	12% Iva	Costo Anual
Suministros mantenimiento				
Pintura Blanca (caneca)	1	\$69,57	\$8,35	\$155,84
Subtotal Suministros mantenimiento				\$155,84

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.2.5.- Presupuesto de mantenimiento activos fijos de servicio de limpieza

Cuadro N°56

Mantenimiento activos fijos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario Equipo	% Mant.	Valor Unitario Mant. Equipo	12% Iva	Total
Maquinaria y Equipo						
Aspiradoras Robot Inteligente	3	\$1.680,75	1%	\$50,42	\$6,05	\$68,57
Aspiradoras Mochila Makita	3	\$330,75	1%	\$9,92	\$1,19	\$13,49
Ozonificador	3	\$295,00	1%	\$8,85	\$1,06	\$12,04
Abrillantadora	1	\$1.910,00	1%	\$19,10	\$2,29	\$21,39
Tablet	3	\$200,00	1%	\$6,00	\$0,72	\$8,16
Robot para barrer inteligente	1	\$9.180,00	1%	\$91,80	\$11,02	\$102,82
Subtotal Mantenimiento Activos Servicio						\$226,47

Elaboración: Autor Tesis

7.1.3.2.6.- Presupuesto de depreciación de activos fijos de servicio de limpieza

Cuadro N°57

Depreciación activos fijos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario Equipo	Vida Útil	% Depreciación	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo					
Aspiradoras Robot Inteligente	3	\$1.680,75	10,00	10%	\$504,23
Aspiradoras Mochila Makita	3	\$330,75	10,00	10%	\$99,23
Ozonificador	3	\$295,00	10,00	10%	\$88,50
Abrillantadora	1	\$1.910,00	10,00	10%	\$191,00
Tablet	3	\$200,00	3,00	33%	\$199,98
Robot para barrer inteligente	1	\$9.180,00	10,00	10%	\$918,00

Subtotal Depreciación**\$2.000,93****Elaboración:** Autor Tesis**7.1.3.2.7.- Presupuesto de provisión de seguro activos fijos de servicios de limpieza**

Cuadro N°58

Seguro de activos fijos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario Equipo	Provisión Anual 3%
Maquinaria y Equipo			
Aspiradoras Robot Inteligente	3	\$1.680,75	\$151,27
Aspiradoras Mochila Makita	3	\$330,75	\$29,77
Ozonificador	3	\$295,00	\$26,55
Abrillantadora	1	\$1.910,00	\$57,30
Tablet	3	\$200,00	\$18,00
Robot para barrer inteligente	1	\$9.180,00	\$275,40

Subtotal provisión seguro**\$558,29****Elaboración:** Autor Tesis**7.1.4.- Calculo de gastos administrativos**

Cuadro N°59

Gastos administrativos

Inversión	Valor
Remuneración Personal Administración	\$33.135
Arriendos	\$3.000
Servicios básicos	\$1.380
Depreciación	\$1.132
Seguros	\$83
	\$38.729,10

Elaboración: Autor Tesis**7.1.4.1.- Presupuesto de Gastos Administración Arriendo de Oficina**

Cuadro N°60

Arriendo Oficina

Concepto	M²	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendos			
Gasto de arriendo oficina	100	\$250	\$3.000

Subtotal Arriendos**\$3.000****Elaboración:** Autor Tesis**7.1.4.2.- Presupuesto de Gastos Administración Servicios básicos**

Cuadro N°61

Servicios básicos

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios básicos		
Energía	\$15	\$180
Agua	\$10	\$120
Internet	\$50	\$600
Outsourcing impresión	\$40	\$480

Subtotal Servicios básicos**\$1.380****Elaboración:** Autor Tesis**7.1.4.3.- Presupuesto de Gastos Administración Suministros de oficina**

Cuadro N°62

Suministros de oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	12% Iva	Costo Mensual	Costo Anual
Suministros Oficina					
Suministros de oficina	1	\$50,00	\$6,00	\$56,00	\$672,00
Decoración	1	\$50,00	\$6,00	\$56,00	\$56,00
Subtotal Suministros Oficina					\$728,00

Elaboración: Autor Tesis**7.1.4.4.- Presupuesto de Gastos Administración Depreciación Activos Instalaciones**

Cuadro N°63

Depreciación activos fijos instalaciones

Inversión Activos Fijos Instalaciones					
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Vida Útil	% Depr.	Depreciación Anual
Muebles y Enseres					
Sillas tipo malla	6	\$125,00	10,00	10%	\$75,00
Bancos comedores	3	\$80,00	10,00	10%	\$24,00
Escritorio tipo open space	2	\$150,00	10,00	10%	\$30,00

Escritorio	2	\$150,00	10,00	10%	\$30,00
Sillón bipersonal	1	\$125,00	10,00	10%	\$12,50
Mesa decorativa	1	\$125,00	10,00	10%	\$12,50
Pizarrón	1	\$50,00	10,00	10%	\$5,00
Rack tipo estantería	1	\$125,00	10,00	10%	\$12,50
Microondas	1	\$150,00	10,00	10%	\$15,00
Pizarrón vidrio	1	\$80,00	10,00	10%	\$8,00
Subtotal Muebles y Enseres					\$224.5

Equipos Computo					
Computadoras All in one	5	\$550,00	3,00	33%	\$907.5
Subtotal Equipos Computo					\$907,50

\$1.132,00

Elaboración: Autor Tesis

7.1.4.5.- Presupuesto de Gastos Administración Seguros de Activos de Instalaciones

Cuadro N°64

Seguro activos fijos de instalaciones

Inversión Activos Fijos Instalaciones			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Provisión Anual 3%
Equipos Computo			
Computadoras All in one	5	\$550,00	\$82,50
Subtotal Equipos Computo			\$82,50

Elaboración: Autor Tesis

7.1.4.6.- Presupuesto de Gastos Administración: remuneraciones personal administrativo.

Cuadro N°65

Remuneración Administración

Personal	Cantidad	Meses	SBU	Aporte Personal	DCS	DTS	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Total	
				9,45%				11,15%	8,33%		
Jefe Financiero & Administrativo	1	1	\$600,00	56,7	\$50,00	\$50,00	\$25,00	\$66,90	\$49,98	\$785	Valor Mensual
Jefe Financiero & Administrativo	1	12	\$600,00	56,7	\$50,00	\$50,00	\$25,00	\$66,90	\$49,98	\$9.422	Valor Anual
Vendedor	2	1	\$550,00	51,975	\$45,83	\$45,83	\$22,92	\$61,33	\$45,82	\$1.439	Valor Mensual
Vendedor	2	12	\$550,00	51,975	\$45,83	\$45,83	\$22,92	\$61,33	\$45,82	\$17.274	Valor Anual
Recepcionista	1	1	\$410,00	38,745	\$34,17	\$34,17	\$17,08	\$45,72	\$34,15	\$537	Valor Mensual
Recepcionista	1	12	\$410,00	38,745	\$34,17	\$34,17	\$17,08	\$45,72	\$34,15	\$6.438	Valor Anual
Subtotal RA										\$33.135	

Elaboración: Autor Tesis

7.1.5.- Calculo de gastos Ventas

Cuadro N°66

Gastos de Ventas

Inversión	Valor
Movilización	\$1.800
Publicidad	\$1.344
	\$3.144,00

Elaboración: Autor Tesis

7.1.5.1.- Presupuesto de gastos de ventas: Movilización

Cuadro N°67

Movilización

Inversión Gastos Ventas			
Concepto	Cantidad	Valor Mensual	Valor anual
Movilización			
Movilización	3	\$50,00	\$1.800,00
Movilización equipo venta			
Subtotal Gastos Venta			\$1.800,00

Elaboración: Autor Tesis

7.1.5.2.- Presupuesto de gastos de venta: Publicidad

Cuadro N°68
Gasto Publicidad

Inversión Gastos Ventas				
Concepto	Cantidad	Valor Mensual	12% Iva	Valor anual
Movilización				
Publicidad digital	1	\$100,00	\$12,00	\$1.344,00
Marketing directo Envío de Msm y WhatsApp				
Subtotal Gastos Publicidad				\$1.344,00

Elaboración: Autor Tesis

7.2.- Financiamiento de inversión

El presente proyecto se sostiene con aportes de socio principal, mismo que se encargará de buscar nuevas alianzas para generar el 46% de aporte interno, y el 54% restante se gestionará a través de aporte externo.

7.2.1.- Fuentes y Usos

Esta información permite conocer el valor de cómo se va a financiar la inversión de la empresa.

Cuadro N°69
Fuentes y Usos

Detalle	Observación	Valor Total	Aporte interno	Aporte externo
			46%	54%
Inversiones Activos Fijos	Anual	\$26.671	\$12.269	\$14.403
Capital Trabajo	Anual	\$92.816	\$42.695	\$50.121
		\$119.488	\$54.964	\$64.523

Elaboración: Autor Tesis

7.2.2.- Fuentes de Financiamiento

Se tiene cuatro opciones al momento de gestionar el financiamiento externo y esta se puede dar con las siguientes entidades tanto públicas como privadas.

Financiamiento para emprendimientos dentro del territorio ecuatoriano

BAN ECUADOR

- ✓ Su tasa de interés está en 15.3%
- ✓ 3 años o 36 meses plazo

- ✓ Monto máximo de hasta 50.000 dólares
- ✓ Sistema de amortización Francesa

CFN ECUADOR

- ✓ Su tasa de interés está en 13%
- ✓ 5 años o 60 meses plazo
- ✓ Monto mínimo de 50.000 dólares
- ✓ Sistema de amortización Francesa

COOPERATIVA ANDALUCIA

- ✓ Su tasa de interés está en 13.55%
- ✓ 5 años o 60 meses plazo
- ✓ Monto máximo de hasta 60.000 dólares
- ✓ Sistema de amortización Francesa

BANCO DEL PACÍFICO

- ✓ Su tasa de interés está entre el 9.5%
- ✓ 5 años o 60 meses plazo
- ✓ Monto máximo de hasta 60.000 dólares
- ✓ Sistema de amortización Francesa

Una vez realizada la simulación para ambas entidades, la mejor opción sería Banco Pacífico, pero no se escoge debido a que solo dan crédito a sus clientes y la empresa debe estar en funcionamiento por lo menos un año.

Por esta razón se escoge a la **Cooperativa Andalucía** debido a que no se necesita ser socio de esta. **(anexo 2)**

7.2.3.- Gastos Financieros

Son los valores que debe incurrir la empresa para obtener recursos financieros y continuar con el proyecto.

Con la información de fuentes y usos se determina que el valor a solicitar a un ente externo es de \$64.523, con lo cual calculamos la tabla de amortización.

El gasto financiero (interés) por 5 años es de : **\$24.838,89**

Cuadro N°70

Tabla amortización

Capital	\$65.000,00					
Plazo	60	MESES				
Intereses	13,55%					
AÑO	PERIODO	SKI	AMORTIZACION	PAGO INTERESES	DIVIDENDO	SKF
1	1	\$65.000	\$763,36	\$733,96	\$1.497,31	\$64.236,64
1	2	\$64.237	\$771,98	\$725,34	\$1.497,31	\$63.464,67
1	3	\$63.465	\$780,69	\$716,62	\$1.497,31	\$62.683,97
1	4	\$62.684	\$789,51	\$707,81	\$1.497,31	\$61.894,47
1	5	\$61.894	\$798,42	\$698,89	\$1.497,31	\$61.096,04
1	6	\$61.096	\$807,44	\$689,88	\$1.497,31	\$60.288,60

1	7	\$60.289	\$816,56	\$680,76	\$1.497,31	\$59.472,05
1	8	\$59.472	\$825,78	\$671,54	\$1.497,31	\$58.646,27
1	9	\$58.646	\$835,10	\$662,21	\$1.497,31	\$57.811,17
1	10	\$57.811	\$844,53	\$652,78	\$1.497,31	\$56.966,64
1	11	\$56.967	\$854,07	\$643,25	\$1.497,31	\$56.112,57
1	12	\$56.113	\$863,71	\$633,60	\$1.497,31	\$55.248,86
2	13	\$55.249	\$873,46	\$623,85	\$1.497,31	\$54.375,40
2	14	\$54.375	\$883,33	\$613,99	\$1.497,31	\$53.492,07
2	15	\$53.492	\$893,30	\$604,01	\$1.497,31	\$52.598,77
2	16	\$52.599	\$903,39	\$593,93	\$1.497,31	\$51.695,39
2	17	\$51.695	\$913,59	\$583,73	\$1.497,31	\$50.781,80
2	18	\$50.782	\$923,90	\$573,41	\$1.497,31	\$49.857,90
2	19	\$49.858	\$934,34	\$562,98	\$1.497,31	\$48.923,56
2	20	\$48.924	\$944,89	\$552,43	\$1.497,31	\$47.978,67
2	21	\$47.979	\$955,56	\$541,76	\$1.497,31	\$47.023,12
2	22	\$47.023	\$966,35	\$530,97	\$1.497,31	\$46.056,77
2	23	\$46.057	\$977,26	\$520,06	\$1.497,31	\$45.079,52
2	24	\$45.080	\$988,29	\$509,02	\$1.497,31	\$44.091,22
3	25	\$44.091	\$999,45	\$497,86	\$1.497,31	\$43.091,77
3	26	\$43.092	\$1.010,74	\$486,58	\$1.497,31	\$42.081,04
3	27	\$42.081	\$1.022,15	\$475,17	\$1.497,31	\$41.058,89
3	28	\$41.059	\$1.033,69	\$463,62	\$1.497,31	\$40.025,19
3	29	\$40.025	\$1.045,36	\$451,95	\$1.497,31	\$38.979,83
3	30	\$38.980	\$1.057,17	\$440,15	\$1.497,31	\$37.922,66
3	31	\$37.923	\$1.069,10	\$428,21	\$1.497,31	\$36.853,56
3	32	\$36.854	\$1.081,18	\$416,14	\$1.497,31	\$35.772,38
3	33	\$35.772	\$1.093,39	\$403,93	\$1.497,31	\$34.679,00
3	34	\$34.679	\$1.105,73	\$391,58	\$1.497,31	\$33.573,26
3	35	\$33.573	\$1.118,22	\$379,10	\$1.497,31	\$32.455,05
3	36	\$32.455	\$1.130,84	\$366,47	\$1.497,31	\$31.324,20
4	37	\$31.324	\$1.143,61	\$353,70	\$1.497,31	\$30.180,59
4	38	\$30.181	\$1.156,53	\$340,79	\$1.497,31	\$29.024,07
4	39	\$29.024	\$1.169,58	\$327,73	\$1.497,31	\$27.854,48
4	40	\$27.854	\$1.182,79	\$314,52	\$1.497,31	\$26.671,69
4	41	\$26.672	\$1.196,15	\$301,17	\$1.497,31	\$25.475,54
4	42	\$25.476	\$1.209,65	\$287,66	\$1.497,31	\$24.265,89
4	43	\$24.266	\$1.223,31	\$274,00	\$1.497,31	\$23.042,58
4	44	\$23.043	\$1.237,13	\$260,19	\$1.497,31	\$21.805,45
4	45	\$21.805	\$1.251,09	\$246,22	\$1.497,31	\$20.554,36
4	46	\$20.554	\$1.265,22	\$232,09	\$1.497,31	\$19.289,13
4	47	\$19.289	\$1.279,51	\$217,81	\$1.497,31	\$18.009,63
4	48	\$18.010	\$1.293,96	\$203,36	\$1.497,31	\$16.715,67
5	49	\$16.716	\$1.308,57	\$188,75	\$1.497,31	\$15.407,10
5	50	\$15.407	\$1.323,34	\$173,97	\$1.497,31	\$14.083,76
5	51	\$14.084	\$1.338,29	\$159,03	\$1.497,31	\$12.745,47
5	52	\$12.745	\$1.353,40	\$143,92	\$1.497,31	\$11.392,08
5	53	\$11.392	\$1.368,68	\$128,64	\$1.497,31	\$10.023,40
5	54	\$10.023	\$1.384,13	\$113,18	\$1.497,31	\$8.639,26
5	55	\$8.639	\$1.399,76	\$97,55	\$1.497,31	\$7.239,50
5	56	\$7.240	\$1.415,57	\$81,75	\$1.497,31	\$5.823,93
5	57	\$5.824	\$1.431,55	\$65,76	\$1.497,31	\$4.392,38
5	58	\$4.392	\$1.447,72	\$49,60	\$1.497,31	\$2.944,66

5	59	\$2.945	\$1.464,06	\$33,25	\$1.497,31	\$1.480,60
5	60	\$1.481	\$1.480,60	\$16,72	\$1.497,31	\$0,00
	TOTAL		\$65.000,00	\$24.838,89	\$89.838,89	

Elaboración: Autor Tesis

7.2.4.- Resumen de Costos y Gastos

Cuadro N°71

Resumen costos y gastos

Inversión	Valor
Costos directos de operación	\$38.239
Costos indirectos de operación	\$12.704
Gastos Administración	\$38.729
Gastos Ventas	\$3.144
Gastos Financieros	\$17.968
	\$110.784

Elaboración: Autor Tesis

7.2.5.-Clasificación de costos fijos y variables

Cuadro N°72

Costos fijos y variables

Inversión	AÑO 1
COSTOS FIJOS	\$90.561
Mano de Obra Directa	\$32.192
Mano de Obra Indirecta	\$8.637
Mantenimiento Activos Servicio	\$226
Depreciación Activos Servicio	\$2.001
Provisión Seguro Activos Servicio	\$558
GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$38.729
GASTOS FINANCIEROS	\$8.217
COSTOS VARIABLES	\$10.472
Productos Químicos	\$2.743
Materiales directos	\$3.304
Uniformes	\$504
Suministros Bioseguridad	\$621
Suministros Mantenimiento	\$156

GASTOS VENTAS	\$3.144
TOTAL, COSTOS	\$101.033

Elaboración: Autor Tesis

7.2.6.-Proyección de Costos

La proyección a partir del año 2 está basada en un incremento del 3% despendiendo de los factores macroeconómicos del país, para todos los costos de operación y de venta, y un incremento del 1% para todos los gastos de administración.

Cuadro N°73
Proyección de Costos

Inversión	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DIRECTOS OPERACIÓN	\$38.239	\$39.387	\$40.568	\$41.785	\$43.039	\$44.330	\$45.660	\$47.030	\$48.440	\$49.894
Mano de Obra Directa	\$32.192	\$33.158	\$34.153	\$35.177	\$36.233	\$37.320	\$38.439	\$39.593	\$40.780	\$42.004
Materiales directos	\$3.304	\$3.403	\$3.505	\$3.610	\$3.719	\$3.830	\$3.945	\$4.064	\$4.185	\$4.311
Productos Químicos	\$2.743	\$2.825	\$2.910	\$2.997	\$3.087	\$3.180	\$3.275	\$3.373	\$3.475	\$3.579
COSTOS DIRECTOS OPERACIÓN	\$12.704	\$13.025	\$13.356	\$13.696	\$14.047	\$14.409	\$14.781	\$15.164	\$15.559	\$15.966
Mano de Obra Indirecta	\$8.637	\$8.896	\$9.163	\$9.438	\$9.721	\$10.013	\$10.313	\$10.622	\$10.941	\$11.269
Materiales indirectos	\$1.281	\$1.320	\$1.359	\$1.400	\$1.442	\$1.485	\$1.530	\$1.576	\$1.623	\$1.672
Mantenimiento Activos Servicio	\$226	\$233	\$240	\$247	\$255	\$263	\$270	\$279	\$287	\$295
Depreciación Activos Servicio	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001
Provisión Seguro Activos Servicio	\$558	\$575	\$592	\$610	\$628	\$647	\$667	\$687	\$707	\$728
GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$38.729	\$39.039	\$39.351	\$39.666	\$39.983	\$40.303	\$40.626	\$40.951	\$41.278	\$41.609
GASTOS VENTAS	\$3.144	\$3.238	\$3.335	\$3.436	\$3.539	\$3.645	\$3.754	\$3.867	\$3.983	\$4.102
GASTOS FINANCIEROS	\$8.217	\$6.810	\$5.201	\$3.359	\$1.252	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL, COSTOS	\$101.033	\$101.499	\$101.811	\$101.942	\$101.860	\$102.686	\$104.820	\$107.011	\$109.261	\$111.570

Elaboración: Autor Tesis

7.3.- Ingresos

7.3.1.- Proyección de Ventas

La proyección de ventas se realiza a partir del segundo año, con un incremento de horas cada dos años y para cada año un incremento del 3% anual.

Cuadro N°74
Proyección Ventas

Ingresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Precio por hora	\$11,06	\$11,39	\$11,73	\$12,08	\$12,45	\$12,82	\$13,21	\$13,60	\$14,01	\$14,43
TOTAL,INGRESOS	\$127.402	\$157.468	\$162.193	\$194.901	\$200.748	\$236.310	\$243.399	\$282.038	\$290.499	\$299.214

Elaboración: Autor Tesis

7.3.2.- Determinación precio de Venta

Cuadro N°75

Precio de Venta

Costo Primo	=	Materia Prima Directa+Mano de Obra Directa+Materiales Directos		
	=	\$2.743	\$32.192	\$3.304
	=	\$38.239		

Costo de Operación	=	Mano de Obra Directa+Costos Indirectos	
	=	\$32.192	\$12.704
	=	\$44.896	

Costo de Utilización	=	Costo Primo+Costos Indirectos	
	=	\$38.239	\$12.704
	=	\$50.943	

Costo Unitario de Utilización	=	Costo Utilización/Horas Hombre	
	=	\$50.943	11520
	=	\$4.42	

Costo de Distribución	=	Gastos Administración+Gastos Venta+/-Gastos Financieros		
	=	\$38.729	\$3.144	\$17.968
	=	\$59.841		

Costo Unitario de Distribución	=	Costo Distribución/# Empresas horas	
	=	\$59.841	11520
	=	\$5.19	

Costo Unitario Total	=	Costo Distribución+Costo Utilización	
	=	\$5,19	\$4,42
	=	\$9.62	

Precio de Venta	=	Costo Operación+Costo Distribución+Utilidad		
	=	\$44.896	\$59.841	5%
	=	\$104.737	\$5.236,85	
	=	\$109.973.94		

Precio Unitario de Venta	=	Costo Unitario Total+Utilidad	
	=	\$9,62	15%
	=	\$9,62	\$1,44
	=	\$11.06	

Elaboración: Autor Tesis

Nota: Es importante recalcar que el precio de venta unitario considera todos los recursos para poder brindar el servicio de limpieza y mantenimiento, esto puede variar si el cliente final solo requiere de Mano de Obra.

7.3.3.- Determinación punto de equilibrio

En el punto de equilibrio de un negocio los ingresos son iguales a los gastos y por lo tanto no hay ni ganancia ni pérdida. Es el punto de partida desde el cual un aumento en las ventas produce una ganancia y una reducción en las ventas genera una pérdida.³⁶

Formula: Unidades (horas hombre a brindar el servicio)

Q	=	COSTO FIJO	
		PRECIO UNITARIO VENTA-COSTO UNITARIO VARIABLE	
Q	=	\$90.560,79	8922
		\$10,15	

Formula: Dólares

PE	=	COSTOS FIJOS	
		1-(COSTOS VARIABLES/VENTAS TOTALES)	
PE	=	\$90.560,79	\$98.671,35
		0,92	

Datos:

Costo fijo	=	\$90.561	\$90.560,79
Ventas totales	=	\$127.401,66	\$11,06
Costo variable	=	\$10.472,13	\$0,91
Cantidad	=	11520	11520,0

³⁶ <https://www.grandespymes.com.ar/2012/12/26/como-calculer-el-punto-de-equilibrio-de-su-negocio-que-significa-para-la-gestion-de-su-negocio/>

Capítulo 8

8.- Evaluación del proyecto

Evaluación Financiera, se realiza en proyectos privados, juzga el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto. Esta evaluación es pertinente para determinar la llamada "Capacidad Financiera del proyecto" y la rentabilidad de Capital propio invertido en el proyecto.³⁷

8.1.- Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial permite conocer como empezará a operar la empresa, donde detalle sus activos, pasivos y capital social.

Cuadro N°76

BSI

Estado Situación Inicial			
Activos			\$119.487,57
Activos corrientes		<u>\$92.816,27</u>	
Bancos	\$92.816,27		
Activos fijos		<u>\$26.671,30</u>	
Activos fijos Instalación	\$5.874,40		
Activos fijos Operación	\$20.796,90		
Pasivos fijo		<u>\$64.523,29</u>	
Pasivos largo plazo	\$64.523,29		
Patrimonio		<u>\$54.964,28</u>	
Capital Social	\$54.964,28		
Total, Pasivo + Patrimonio			\$119.487,57

Elaboración: Autor Tesis

8.2.- Estado de Resultados

El estado de resultados permite conocer todos los ingresos y costos en que la empresa incurrió para prestar el servicio de limpieza y mantenimiento.

³⁷ <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/01/tipos-de-evaluacion.html>

Cuadro N°77
Estado Resultados Proyectado

Estado de Resultados											
	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	Ventas	\$127.402	\$157.468	\$162.193	\$194.901	\$200.748	\$236.310	\$243.399	\$282.038	\$290.499	\$299.214
(-)	Costos directos de operación	\$38.239	\$39.387	\$40.568	\$41.785	\$43.039	\$44.330	\$45.660	\$47.030	\$48.440	\$49.894
(-)	Costos indirectos de operación	\$12.704	\$13.025	\$13.356	\$13.696	\$14.047	\$14.409	\$14.781	\$15.164	\$15.559	\$15.966
(=)	Utilidad bruta en ventas	\$76.458	\$105.057	\$108.269	\$139.420	\$143.663	\$177.571	\$182.958	\$219.845	\$226.500	\$233.355
(-)	Gastos Administración	\$38.729	\$39.039	\$39.351	\$39.666	\$39.983	\$40.303	\$40.626	\$40.951	\$41.278	\$41.609
(-)	Gastos Ventas	\$3.144	\$3.238	\$3.335	\$3.436	\$3.539	\$3.645	\$3.754	\$3.867	\$3.983	\$4.102
(=)	Utilidad operacional	\$34.585	\$62.780	\$65.582	\$96.318	\$100.141	\$133.623	\$138.578	\$175.027	\$181.239	\$187.644
(-)	Gastos Financieros	\$8.217	\$6.810	\$5.201	\$3.359	\$1.252	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
(=)	Utilidad antes de participación e impuestos	\$26.369	\$55.970	\$60.381	\$92.959	\$98.888	\$133.623	\$138.578	\$175.027	\$181.239	\$187.644
(-)	15% participación laboral	\$3.955	\$8.395	\$9.057	\$13.944	\$14.833	\$20.043	\$20.787	\$26.254	\$27.186	\$28.147
(=)	Utilidad antes de impuesto renta	\$22.413	\$47.574	\$51.324	\$79.015	\$84.055	\$113.580	\$117.792	\$148.773	\$154.053	\$159.498
(-)	25% impuesto renta	\$5.603	\$11.894	\$12.831	\$19.754	\$21.014	\$28.395	\$29.448	\$37.193	\$38.513	\$39.874
(=)	Utilidad del ejercicio	\$16.810	\$35.681	\$38.493	\$59.261	\$63.041	\$85.185	\$88.344	\$111.580	\$115.540	\$119.623

Elaboración: Autor Tesis

8.3.- Flujo de Caja Proyectado

Este cuadro nos permite conocer la liquidez que tendría la empresa con una proyección a 10 años y el tiempo en el que se recupera la inversión.

Se proyecta para la ventas un incremento del 3%, y para los gastos de administración el 1% y el 3% para los costos de operación.

Cuadro N°78
Flujo Caja Proyectado

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESO POR VENTAS		\$127.402	\$157.468	\$162.193	\$194.901	\$200.748	\$236.310	\$243.399	\$282.038	\$290.499	\$299.214
COSTO DE VENTAS		\$48.942	\$50.411	\$51.923	\$53.481	\$55.085	\$56.737	\$58.440	\$60.193	\$61.999	\$63.859
MARGEN BRUTO		\$78.459	\$107.058	\$110.270	\$141.421	\$145.663	\$179.572	\$184.959	\$221.846	\$228.501	\$235.356
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		\$50.090	\$49.087	\$47.887	\$46.461	\$44.774	\$43.948	\$44.380	\$44.817	\$45.261	\$45.711
DEPRECIACION		\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001
UTILIDAD OPERACIONAL		\$26.369	\$55.970	\$60.381	\$92.959	\$98.888	\$133.623	\$138.578	\$175.027	\$181.239	\$187.644
15% PARTICIPACION LABORAL		\$3.955	\$8.395	\$9.057	\$13.944	\$14.833	\$20.043	\$20.787	\$26.254	\$27.186	\$28.147
UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA		\$22.413	\$47.574	\$51.324	\$79.015	\$84.055	\$113.580	\$117.792	\$148.773	\$154.053	\$159.498
IMPUESTOS 25%		\$5.603	\$11.894	\$12.831	\$19.754	\$21.014	\$28.395	\$29.448	\$37.193	\$38.513	\$39.874

UTILIDAD NETA		\$20.765	\$44.076	\$47.550	\$73.205	\$77.875	\$105.228	\$109.131	\$137.834	\$142.726	\$147.770
DEPRECIACION (+)		\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001	\$2.001
VALOR RESIDUAL DEL PROYECTO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$4.882,00
RECUPERACION DEL CAPITAL DE TRABAJO											\$92.816,27
INVERSIONES											
ACTIVOS FIJOS	-\$26.671,30										
CAPITAL DE TRABAJO	-\$92.816,27										
FLUJO DE CAJA NETO	-	\$119.487,57	\$22.766,32	\$46.077,01	\$49.551,18	\$75.206,18	\$79.875,56	\$107.229,12	\$111.131,49	\$139.834,87	\$144.726,63
											\$247.469,09

Elaboración: Autor Tesis

8.4.- Método de Evaluación

8.4.1.- Cálculo de TMAR

Es también llamada costo de capital o tasa de descuento.

Para el cálculo de la tasa de inflación se consideró un promedio de inflación con datos de Estados Unidos, en vista que por la económica que se han dado en estos últimos cinco años en Ecuador no supera el 1% anual.

Fórmula:

Cuadro N°79

Tmar

TMAR	(=)	Tasa Interés	+	Inflación	+	Tasa Interés*Inflación
TMAR	(=)	13,55%	+	1,94%	+	0,26%
TMAR	(=)	15,76%				

Elaboración: Autor Tesis

8.4.2.- Cálculo del VAN

VAN	(=)	\$270.780
------------	------------	------------------

Para el cálculo del VAN, se debe determinar el flujo neto descontado de cada año, donde la fórmula es la siguiente:

Cuadro N°80

Van

Flujo Caja Neto 1	+	Flujo Caja Neto 2	+	Flujo Caja Neto 3	+
(1+TMAR)^1		(1+TMAR)^2		(1+TMAR)^3		

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FLUJO NETO	-\$119.488	\$22.766	\$46.077	\$49.551	\$75.206	\$79.876	\$107.229	\$111.131	\$139.835	\$144.727	\$247.469
FLUJO NETO DESCONTADO	\$-119.488	\$19.668	\$34.388	\$31.947	\$41.888	\$38.434	\$44.573	\$39.908	\$43.380	\$38.787	\$57.295

Elaboración: Autor Tesis

Una vez determinado el flujo neto descontado, se procede a sumar todos los períodos y restar la inversión inicial, lo que da como resultado el Valor Actual Neto (VAN).

8.4.3.- Cálculo del TIR

La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que se producen en períodos regulares.

TIR	(=)	45,54%
-----	-----	--------

8.4.4.- Cálculo del Índice de Deseabilidad

Cuadro N°81

Índice de deseabilidad

Índice De Deseabilidad	(=)	Flujo Neto Descontado	
		Inversión	
Índice De Deseabilidad	(=)	\$390.268	\$3,27
		\$119.488	

Elaboración: Autor Tesis

8.4.5.- Cálculo Período de Recuperación

De acuerdo con el cálculo el período de recuperación es aproximadamente tres años, siete meses.

Cuadro N°82

Período de Recuperación

Año Anterior a la Recuperación + (Costo no Recuperado al Principio del Año / Flujo Efectivo)

Periodo	FLUJO	ACUMULADO
0	-\$119.488	
1	\$22.766	\$22.766
2	\$46.077	\$68.843
3	\$49.551	\$118.395
4	\$75.206	\$193.601
5	\$79.876	\$273.476
6	\$107.229	\$380.705
7	\$111.131	\$491.837
8	\$139.835	\$631.672
9	\$144.727	\$776.398
10	\$247.469	\$1.023.867
3.61		

Recuperación:

	3,61	
3	3	Años
0,6	7	Meses
0,01	0	Días

Elaboración: Autor Tesis

8.4.6.- Cálculo Costo Capital

El cálculo del WACC define cuanto le cuesta a la empresa financiarse con fondos propios y fondos externos.

La tasa activa por financiamiento de los fondos propios se considera el valor de la TMAR

La tasa activa por financiamiento de los fondos externos (Bancos) se calcula con la siguiente fórmula:

Cuadro N°83

CPP

Costo Capital	(=)	Interés	*	(1-t)
	(=)	13,55%	*	75%
	(=)	10,16%		

Estructura de Capital

Estructura de Capital				
Concepto	Valor	Proporción	Costo	CPP
Fondos Propios	\$54.964,28	46%	15,76%	7,25%
Bancos	\$64.523,29	54%	10,16%	5,49%
	\$119.487,57			12,74%

Elaboración: Autor Tesis

A la empresa le cuesta financiarse el 46% con fondos propios y el 54% con fondos externos.

Este costo promedio ponderado se debe comparar con la TIR, porque se necesita saber si el proyecto rinde más de lo que cuesta financiarse.

La TIR del proyecto es de 45.54%

Costo Promedio Ponderado es de 12.74%

Con estos resultados se puede observar que la TIR es superior al costo de financiamiento, por lo cual la estructura capital de la empresa está bien definida.

Capítulo 9

9.- Propuesta aplicación

9.1.- Objetivo

Implementar un modelo de gestión, basado en procesos, productos y personas, que permita brindar, controlar y ejecutar los servicios de limpieza y mantenimiento de una forma ágil y eficaz.

9.2.- Propuesta de valor

La propuesta se basa en un servicio integral que contempla las siguientes actividades:

- ✓ Disciplina de gestión y medición de productividad
- ✓ Maximización de la tecnología
- ✓ Optimización de proceso ITIL
- ✓ Empoderamiento equipo
- ✓ Marketing y gestión de comunicación de los servicios de soporte
- ✓ Gestión a los servicios de soporte alineados a objetivos de cada empresa

Gráfico N°33

Propuesta valor



9.3.- Alcance

Se contempla los siguientes escenarios:

- ✓ Cliente
- ✓ Proveedores
- ✓ Administradores
- ✓ Usuarios finales (Matriz – CD – Sucursales)
- ✓ Ofertas de servicio hasta 15
- ✓ Ubicación en tiempo real de personal en instalaciones a operar
- ✓ Planificación de escenarios de acuerdo a la necesidad

9.4.- Aplicación para servicio de limpieza y mantenimiento

El objetivo de desarrollo de una aplicación es generar confianza en los clientes , generando transparencia en las tareas y actividades que se realicen.

- ✓ Aplicación ofrece
 1. Visibilidad
 2. Trazabilidad
- ✓ Gestión
 1. Monitoreo en tiempo real
 2. Administración documental digital de todo lo realizado
 3. Dashboards
 4. Visualización de trabajos realizados en instalaciones del cliente por medio de un monitor desde su inicio, su proceso y su culminación.
 5. Geolocalización desde inicio de una actividad hasta final de esta.
 6. Administración de equipo, proveedores y clientes
 7. Kpi's

9.5.- Estrategias de negocio

- ✓ Ofrecer la herramienta digital (web y app amigable) para el servicio de limpieza y mantenimiento.
- ✓ Competir en el mercado con costos referenciales y con tendencia del -10% en reducción de los mismos.
- ✓ Tener información en línea de su recurso en actividad y la productividad que este conlleva.
- ✓ Innovación constante.
- ✓ Capacitación constante
- ✓ Gestión de mantenimiento moderna con informes en tiempo real para una fácil toma de decisiones.
- ✓ Experiencia de usuario aceptable.
- ✓ Herramienta integral para el servicio de limpieza y mantenimiento.
- ✓ Contrato por resultados
- ✓ Índices medio ambientales

9.6.- Plan de trabajo

✓ Transición

- 3. Implementación
- 4. Estabilización

✓ Gestión

- 8. Soporte
- 9. Administración-capacitación
- 10. Mejora continua

Capítulo 10

10.- Conclusiones y Recomendaciones

10.1.- Conclusiones

- 1.- El desarrollo del presente proyecto cumple con los objetivos planteados, lo que demuestra la viabilidad de desarrollo para iniciar operaciones de acuerdo con cada capítulo analizado.
- 2.- Se determina que el servicio de limpieza en esta nueva normalidad va a tomar mayor relevancia a nivel mundial. En Ecuador este servicio todavía no tiene un despunte esperado por la falta de conocimiento que tienen los usuarios finales de acceder a este servicio.
- 3.- Se determina que de las 187 empresas Retail que existen en Quito, es un mercado amplio para desarrollar el proyecto de limpieza y mantenimiento, dado sus perspectivas de entrada de una nueva empresa, al determinar la muestra da como resultado 46 empresas para realizar el análisis.
- 4.- El factor determinante para la creación de esta empresa es la optimización de los servicios de limpieza y mantenimiento con el uso de una aplicación que permita monitorear, gestionar y tener una mejora continua.
- 5.- El estudio económico financiero da como resultado que el presente proyecto es viable ya que su VAN es mayor a 0, dando como resultado \$270.780. Su TIR del 45.5% es mayor al costo promedio ponderado del 12.74%, lo que indica que el proyecto rinde más de lo que cuesta invertir.
- 6.- El Facility Management es un desafío ya no de futuro, es de presente y la innovación permitirá que los clientes optimicen sus recursos económicos y puedan dedicarse a sus objetivos en su core de negocio.
- 7.- Un punto importante para tener en cuenta es la optimización del talento humano, mismo que debe tener un perfil adecuado para brindar el servicio de limpieza y mantenimiento.

10.2.- Recomendaciones

- 1.- Para empezar a operar la empresa debe contar con la aplicación al 100%, este es el valor agregado que generará a sus clientes para que estos puedan tener confianza y satisfacción de los servicios que se desarrollaran.
- 2.- Se debe buscar recursos o alianzas para dar fuerza en la publicidad de la nueva empresa y su sistema de gestión.
- 3.- Generar estrategias de negocio con empresas Retail con el fin de brindar un ganar-ganar con la entrega del servicio de limpieza y mantenimiento.
- 4.- Como recomendación de los clientes es tener un cronograma constante de capacitación hacia el personal para generar eficacia, eficiencia y mayor productividad.
- 5.- Estar más conectado como empresa con el medio ambiente.
- 6.- Servicio, servicio y mayor servicio del talento humano.
- 7.- Para el servicio de mantenimiento el SLA debe ser de máximo una hora.
- 8.- Gestionar publicidad on-line por medio del recurso más poderoso que se tiene actualmente que son los influencer.

Bibliografía

- 1.- <https://www.significados.com/retail/>
- 2.- Cevallos Navia, G. (2011). "Proyecto de inversión para la creación de una empresa comercializadora de textiles, mediante la gestión de un modelo de negocio innovador de venta al detalle (Retail). (Tesis fin de grado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4990>
- 3.- <https://www.acuamar.es/una-breve-historia-de-la-limpieza/>
- 4.- <https://www.acuamar.es/una-breve-historia-de-la-limpieza/>
- 5.- <https://movilgmao.es/breve-historia-mantenimiento/>
- 6.-El pensante.com (julio 30, 2016). G.P Terry, concepto de Administración. Bogotá: E Cultura Group.
- 7.- <https://www.mindmeister.com/es/829497418/teor-as-y-tendencias-de-la-administraci-n?fullscreen=1>
- 8.- <https://www.mindmeister.com/es/829497418/teor-as-y-tendencias-de-la-administraci-n?fullscreen=1>
- 9.- Ariza, G. (2013, Mayo 7). Impacto de La Tecnología en la administración.
- 10.- <https://es.slideshare.net/rafaelmartinezzarate1/factibilidad-de-proyecto>
- 11.- <https://definicion.de/empresa/>
- 12.- <https://definicion.de/proveedor/>
- 13.- <https://www.qode.pro/blog/que-es-una-app/>
- 14.- <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology/articles/loT-internet-of-things.html>
- 15.- <https://www.optimagrupo.com/seis-tendencias-emergentes-para-el-facility-management/>
- 16.- <https://www.optimagrupo.com/seis-tendencias-emergentes-para-el-facility-management/>
- 17.- <https://www.optimagrupo.com/seis-tendencias-emergentes-para-el-facility-management/>
- 18.- <http://www.limpiezainform.com/noticias-2/tres-tendencias-y-oportunidades-clave-para-la-industria-de-la-limpieza/>
- 19.- <https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>
- 20.- JEAN-Jacques, LAMBIN, Marketing estratégico, pp.290,291

- 21.- http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html#:~:text=La%20localizaci%C3%B3n%20tiene%20por%20objeto,si%20se%20trata%20de%20un
http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf
- 22.- <https://www.federico-toledo.com/matriz-de-decision/>
- 23.- HEIZER, Jay, RENDER, Barry. Principio de Administración de Operaciones. 7° Edición, pag.323
- 24.- <https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque>
- 25.- KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. Principios de marketing. 12va edición. España,2008. Pág.244
- 26.- [¿Qué es una encuesta? | QuestionPro](#)
- 27.- <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>
- 28.- <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>
- 29.- <https://economipedia.com/definiciones/factibilidadlegal.html#:~:text=La%20factibilidad%20legal%20realiza%20un,con%20normas%2C%20leyes%20o%20reglamentos>.
- 30.- <https://ccq.ec/wp-content/uploads/2019/01/Instructivo-legal-pra%CC%81ctico-para-emprendedores-DEF.pdf>
- 31.- <https://es.slideshare.net/alejandromillan31/tipos-de-factibilidad>
- 32.- Robbins.(1987)
- 33.- <https://blog.neomind.com.br/es/que-es-el-mapeo-de-procesos-as-is-to-be/>
- 34.- <https://www.grandespyemes.com.ar/2012/12/26/como-calculiar-el-punto-de-equilibrio-de-su-negocio-que-significa-para-la-gestion-de-su-negocio/>
- 35.- <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/01/tipos-de-evaluacion.html>

Anexo 1

Encuesta

Limpieza y Mantenimiento a empresas Retail 2021-2026

Estimado cliente el objetivo de la siguiente encuesta es conocer su experiencia y percepción sobre los servicios de limpieza y mantenimiento para el sector Retail.

1. Su empresa pertenece al sector Retail? (venta al detalle o Comercio minorista) *

Si _____

No _____

Otros _____

2. Su empresa contrata servicios de limpieza y mantenimiento? *

Si _____

No _____

3. Su empresa contrata los servicios de limpieza y mantenimiento ¿Cómo cliente que grado de satisfacción tiene actualmente? *

Alto _____

Medio _____

Bajo _____

4. Con qué frecuencia realiza actividades de limpieza y mantenimiento? *

Diario _____

Semanalmente _____

Quincenalmente _____

Mensualmente _____

5. Cree usted que es beneficioso la creación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento enfocadas a empresas Retail? *

Si _____

No _____

6. Contrataría su empresa a la que representa los servicios de limpieza y mantenimiento ? *

Si _____

No _____

7. Que factores buscaría en una empresa que preste el servicio de limpieza y mantenimiento? *

Innovación _____

Tecnología _____

Costos _____

Otros _____

8. Cuáles son las exigencias de su empresa para contratar una nueva empresa de limpieza y mantenimiento? *

Seguridad _____

Confianza _____

Servicio garantizado _____

Calidad _____

Costos _____

9. Realiza el monitoreo y control del servicio de limpieza y mantenimiento con alguna aplicación? *

Si _____

No _____

10. Le gustaría tener una aplicación para la gestión oportuna del servicio de limpieza y mantenimiento? *

Si _____

No _____

11. La forma de pago para el servicio de limpieza y mantenimiento es? *

Pagadero inmediato _____

15 días crédito _____

30 días crédito _____

45 días crédito _____

12. Conoce usted una empresa que preste servicios de limpieza y mantenimiento a empresas Retail? *

Si _____

No _____

13. Cree usted que la tecnología va a reemplazar la mano de obra en el sector de limpieza y mantenimiento *

Si _____

No _____

14. En que ubicación tiene o requiere el servicio de limpieza y mantenimiento? *

Oficina Matriz _____

Sucursales _____

Otros _____

15. Que recomendación daría a una empresa que brinda el servicio de limpieza y mantenimiento en esta nueva modalidad de trabajo?

Anexo 2

The screenshot displays the website for Andalucía's 50th anniversary. The header includes the '50 años' logo and the 'Andalucía' logo. A navigation menu at the top lists: Andalucía, Cuentas, Inversiones, Créditos, Servicios, Campañas, and Andalucía Virtual. Below this, a secondary menu features icons and labels for INMOBILIARIO, DE CONSUMO EXPRESS, MICRO, MICRO EXPRESS, and DE CONSUMO. A prominent blue button labeled 'Solicítalo' is positioned on the right. The main content area has a blue heading: '¡No lo imagines, disfrútalo con Andalucía!'. It then addresses the user with '¿Por qué te conviene este crédito?' and lists the following benefits:

- Monto hasta \$ 60.000.*
- Plazo: hasta 84 meses.
- Tasa: desde el 13,55%

*Aplican restricciones

Below this, it asks '¿Qué necesitas?' and lists the required documents:

- Documento de Identidad
- Servicio básico
- Copia de matrícula de vehículos o impuesto predial. (Si aplica)
- Certificado de trabajo o 3 últimos roles de pagos o estado de cuenta de los 3 últimos meses.
- Mecanizado del IESS.

A small 'ANDALUCÍA VIRTUAL' logo is visible on the right side of the page.